



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**STRATEGI DIFERENSIASI PROGRAM  
“UMROH RASA HAJI”  
PADA PT. SINDO WISATA MADIUN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**Oleh:  
Fatihatul Millah  
NIM. B94216046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2019**

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Fatihatul Millah  
NIM : B94216046  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Konsenterasi : Manajemen Haji dan Umroh  
Judul Skripsi : Strategi Diferensiasi Program “Umroh  
Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata  
Madiun

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing  
untuk diujikan

Surabaya, 18 Desember 2019  
Menyetujui  
Pembimbing,



Airlangga Bramayudha, MM  
NIP. 197912142011011005

# LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

## STRATEGI DIFERENSIASI PROGRAM "UMROH RASA HAJI" PADA PT. SINDO WISATA MADIUN


### SKRIPSI

Disusun Oleh  
Fatihatul Millah (B94216046)


Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian srata satu  
Pada tanggal 20 Desember 2019

#### Tim Penguji

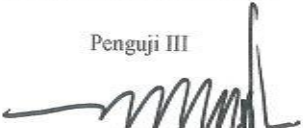
Penguji I

  
Airangga Bramayudha, MM  
NIP. 197912142011011005

Penguji II

  
Dra. Imas Maesaroh, Dip.I, M.Lib-M.Lib, Ph.D  
NIP. 196605141992032001

Penguji III

  
Dr. Arif Ainur Rofiq, S.Sos.I, M.Pd, Kons  
NIP. 197708082007101004

Penguji IV

  
Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si  
NIP. 196307251991031003

Surabaya, Desember 2019

Dekan,



  
Dr. H. Abdul Halim, M.Ag  
NIP. 196307251991031003

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatihatul Millah

NIM : B94216046

Program Studi : Manajemen Dakwah

dengan sesungguhnya menyatakan, bahwa skripsi penelitian yang dengan judul ***Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun*** adalah benar hasil karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi maupun gelar yang saya dapatkan dari skripsi tersebut.

Surabaya, 20 Desember 2019  
Yang membuat pernyataan,



Fatihatul Millah  
NIM. B94216046

## ABSTRAK

Fatihatul Millah, NIM. B94216046, 2019. *Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran strategi diferensiasi yang digunakan di PT. Sindo Wisata Madiun, serta mengetahui cara strategi ini bersaing untuk memenangkan pasar atau mendapatkan konsumennya. Untuk mendeskripsikan persoalan itu, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dan jenis penelitian metode teori dasar (Grounded Theory).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Strategi diferensiasi berdasarkan teori kotler berasal dari lima dimensi, yaitu: diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personal, dan diferensiasi saluran. Berdasarkan lima dimensi diferensiasi ini, yang unik atau berbeda dengan pesaing adalah produknya, yaitu “Umroh Rasa Haji”. (2) Dalam rangkaian umroh ini terdapat praktik manasik haji dilokasi sebenarnya, sehingga umrohnya disebut “Umroh Rasa Haji”. Menurut teori Porter (1985), untuk bisa mencapai keunggulan kompetitif perusahaan bisa menggunakan salah satu ataupun ketiga kombinasi strategi ini, yaitu: strategi kualitas harga rendah, strategi diferensiasi pelayanan, dan strategi fokus. Berdasarkan penelitian, Sindo Wisata Madiun hanya memilih strategi diferensiasi dari “Umroh Rasa Haji” untuk mendapatkan keunggulan bersaingnya. Dengan diferensiasi program yang berbeda ini, maka perusahaan Sindo mudah untuk melakukan pemasaran. Pemasaran yang digunakan oleh Sindo Madiun menitik beratkan pada pemasaran di televisi.

Kata Kunci : *Strategi, diferensiasi, program, Umroh Rasa Haji*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Definisi Konsep.....	6
F. Sistematika Penulisan .....	9

### BAB II: KAJIAN TEORI

A. Kerangka Teori .....	11
1. Strategi Diferensiasi.....	11
a. Pengertian.....	12
b. Dimensi Diferensiasi.....	13
c. Keunggulan Kompetitif .....	16
2. Umroh .....	23
3. Haji.....	24
4. Perspektif Islam.....	26
a. Strategi Diferensiasi dalam perspektif Islam	26
b. Keunggulan Kompetitif Diferensiasi .....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	28

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Jenis dan Sumber Data .....	38
D. Tahap-Tahap Penelitian .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Validitas Data .....	46
G. Teknik Analisis Data.....	47

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
B. Penyajian Data .....	57
C. Analisis Data .....	103

### **BAB V: PENUTUP**

A. Simpulan .....	134
B. Saran dan Rekomendasi .....	136
C. Keterbatasan Penelitian.....	155

<b>BIODATA PENULIS</b> .....	156
------------------------------	-----

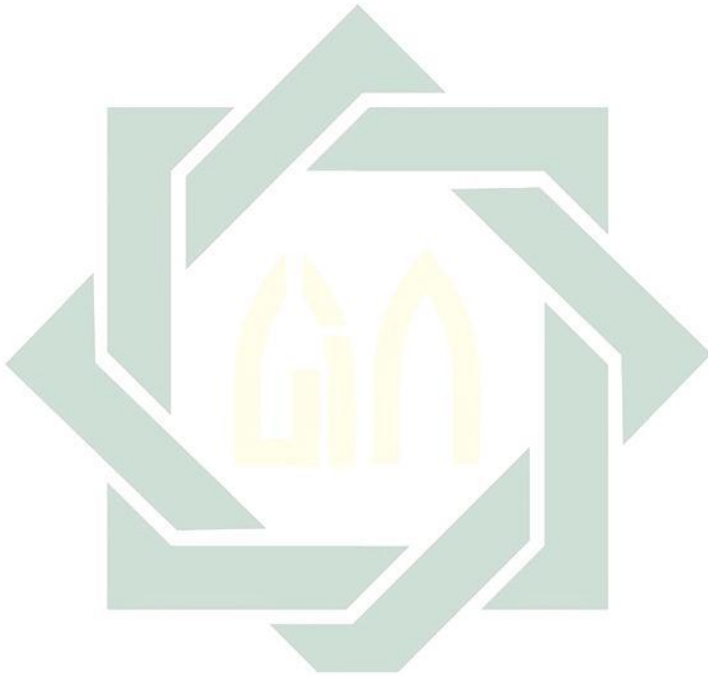
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	157
-----------------------------	-----

<b>LAMPIRAN</b> .....	161
-----------------------	-----

## DAFTAR TABEL

### Tabel

1. Tabel jumlah jamaah satker.....	4
2. Tabel Manajemen Strategi Sindo Wisata Madiun.....	55
3. Tabel perbedaan Haji, Umroh, dan Umroh Rasa Haji ....	148





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis di antara perusahaan merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindarkan. Setiap perusahaan memiliki sasaran, peluang, dan sumber daya yang berbeda-beda untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya. Bukan hanya mempertahankan, tetapi perusahaan harus dapat mengembangkan usaha bisnis tersebut agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sebuah strategi yang matang untuk dapat bersaing di pasar mereka. Salah satu strategi bersaing dengan perusahaan lain adalah menerapkan strategi diferensiasi. Hal ini bertujuan untuk membuat suatu produk yang dianggap berbeda atau unik oleh konsumen pada suatu perusahaan atau industri tertentu. Mu'iz dalam penelitiannya menyatakan, “diferensiasi merupakan suatu strategi membuat suatu produk yang dapat dianggap unik oleh seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga.”<sup>1</sup> Setiap strategi pasti memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing.

Dalam menerapkan diferensiasi, perusahaan memerlukan biaya yang lebih besar dan suatu usaha yang lebih keras. Hal tersebut mengharuskan perusahaan mampu untuk meramal kesediaan konsumen-konsumen yang mampu membayar lebih

---

<sup>1</sup> Enong Muiz, "Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan", *JURNAL EKOBIS, Ekonomi Bisnis, & Manajemen* (Vol. 2, No. 5, Maret: 2018), 392-393.

atas nilai yang ditawarkan dari diferensiasi tersebut. Walaupun konsumen mengetahui keunggulan produk perusahaan, tidak semua konsumen tersebut mau dan mampu membayar dengan harga lebih tinggi. Abdussamad menyatakan, “diferensiasi yang tidak signifikan bagi konsumen akan memberikan efek negatif bagi perusahaan”.<sup>2</sup> Sedangkan, apabila perusahaan berhasil menerapkan strategi diferensiasi, maka hal tersebut akan memiliki pengaruh yang baik terhadap nilai atau citra perusahaan. Perusahaan tersebut berarti telah memiliki suatu produk ataupun layanan unik yang tidak dimiliki oleh pesaingnya.

Biro haji umroh sebagai instansi penyedia jasa, ia tidak akan terlepas dari proses pelayanan pada konsumen mereka. Untuk mendapatkan konsumen lebih banyak, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam proses pelayanan dan pemasaran produknya. Menurut Sutopo dan Suryanto yang terdapat dalam jurnal bisnis dan manajemen, “pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan”.<sup>3</sup> Setiap perusahaan menawarkan ragam pelayanan terbaik kepada konsumen mereka. Pelayanan tersebut dilakukan untuk memperoleh kepuasan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat memberikan efek yang baik kepada perusahaan tersebut. Dalam industri jasa, perusahaan jasa dapat memenangkan

---

<sup>2</sup> Zulfiah Abdussamad, “Pengaruh Diferensiasi Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo”, Dosen Feb Universitas Negeri Gorontalo.

<sup>3</sup> Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, Agung Suwandaru, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Merdeka Malang)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ( Vol. 3 No.1 ) , Januari, 2016, hal. 121.

persaingan dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggi secara konsisten dengan inovasi-inovasi produk dibanding dengan para pesaing. Perkembangan bisnis Tour and Travel semakin melebarkan sayapnya di kaca pertelevisian Indonesia. Tidak-sedikit-bisnis tersebut diperbincangkan di televisi karena travel mereka bermasalah, namun juga ada yang diperbincangkan karena prestasinya

PT. Sindo Wisata Travel merupakan biro penyedia layanan haji umroh yang berpusat di Jakarta Pusat. Sebagai upaya pengembangan usaha dari PT ini, Sindo memiliki perwakilan di daerah-daerah seluruh wilayah Republik Indonesia. Salah satu perwakilan dari Sindo untuk daerah Jawa Timur khususnya Madiun adalah Sindo Wisata Travel Cabang Madiun. Sindo Wisata Travel Cabang Madiun diberikan kewenangan oleh pusat untuk melaksanakan kegiatan operasional perseroan, melakukan promosi, dan pemasaran produk perusahaan. PT. Sindo Wisata Madiun ini setiap kegiatan ataupun acara mulai dari manasik, pemberangkatan selama perjalanan, kegiatan di tanah suci, dan sampai kepulangannya diliput oleh JTV. Liputan tersebut ditayangkan di JTV Madiun dalam acara SSB (Suguhan Sepucuk Berita).

Bapak Ulul Azmi selaku pimpinan Sindo Wisata Madiun juga menerangkan bahwa umroh di Sindo Wisata ini adalah “umroh rasa haji”. Hal tersebut dikarenakan, jamaah umroh Sindo Wisata Madiun diajak praktik latihan manasik haji langsung dilokasi. Mengingat porsi tunggu haji semakin lama, Sindo Wisata Madiun mengajak jamaah umroh ke Muzdalifah dan Mina untuk latihan melempar jumroh ula, wusta, aqobah sehingga dapat merasakan haji disana. Peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap “Umroh Rasa

Haji”, karena ini merupakan program yang unik. Manasik haji Sindo langsung ditempat tersebut merupakan suatu program yang belum pernah peneliti dapati di travel lain. Motto dari biro ini adalah “mengutamakan kualitas dari pada kuantitas”. Dalam kesempatan penelitian, peneliti menggali informasi mengenai strategi diferensiasi umroh rasa haji dari travel ini. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi atau arsip lainnya. Dalam hal ini, peneliti memiliki penelitian yang berjudul **Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun.**

### **Rekapitulasi Jamaah Sindo Wisata Madiun ( Tahun 2012 - 2019 )**

<b>NO-</b>	<b>TAHUN-</b>	<b>JUMLAH-JAMAAH-</b>
1	2012	36
2	2013	279
3	2014	346
4	2015	510
5	2016	707
6	2017	645
7	2018	551
8	2019	387
<b>TOTAL</b>		3461

(Sumber: Buku manasik Umroh E-KTP)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan masalah yang tertulis dalam latar-belakang di atas mengenai penelitian-ini, peneliti mengajukan rumusan-masalah sebagai-berikut:

1. Bagaimanakah gambaran program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun?
2. Bagaimanakah keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari strategi program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan mengenai fokus penelitian **Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun** yang bersumber dari rumusan masalah di atas, yaitu:

1. Untuk menjelaskan gambaran program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun.
2. Untuk menemukan keunggulan kompetitif program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Kegunaan-Teoritik
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan sebagai langkah pengembangan ilmu-pengetahuan strategi diferensiasi.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terhadap objek penelitian ataupun aspek penelitian sejenis sehingga dapat mengisi kekurangan yang belum tercakup dalam penelitian ini.
  - c. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan keislaman untuk senantiasa berlomba-lomba bersaing dalam kebaikan.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan tentang strategi diferensiasi bagi lembaga ataupun organisasi yang sedang menjalankan kegiatan organisasinya.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi perpustakaan untuk meninjau teori tentang strategi diferensiasi.
- c. Untuk penulis, penelitian-ini-merupakan suatu wadah untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan dalam meningkatkan kemampuan berfikir melalui.suatu.karya ilmiah atau penelitian.

## E. Definisi Konsep

Peneliti memberikan batasan dari setiap istilah yang terkandung dalam.judul.penelitian.ini. Hal ini digunakan untuk.menghindari terjadinya salah tafsiran dan untuk memperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan judul **Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun** penelitian Istilah yang terkandung didalam judul tersebut yakni,:

### 1. Strategi

Menurut Sondang Siagian yang dikutip oleh Hakim dan Faizah, "strategi adalah cara terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang tersedia swsuai tuntunan lingkungan".<sup>4</sup> Strategi adalah cara kiat dan taktik operasional untuk.memanfaatkan sumber

---

<sup>4</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal.386.

daya yang perusahaan.miliki untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam manajemen, strategi digunakan.untuk.melaksanakan.fungsi.manajemen, atau yang dikenal.sebagi POAC (*Planning, Organizing, .Aactuating, Controlling*) .agar tujuan manajemen tercapai.<sup>5</sup>

## 2. Diferensiasi

Menurut Kotler yang dikutip oleh Yusi, “diferensiasi adalah kegiatan merancang suatu perbedaan yang membedakan produk atau jasa perusahaan dengan produk atau jasa yang lain”.<sup>6</sup> Diferensiasi adalah cara mengkonkretkan strategi pemasaran suatu perusahaan dengan segala macam aspek yang terkait di perusahaan yang berbeda dari perusahaan pesaing.<sup>7</sup>

## 3. Strategi Diferensiasi

Strategi Diferensiasi.adalah suatu strategi yang berusaha menciptakan produk unik untuk menghadapi pesaing dalam industrinya. Prinsip strategi.diferensiasi adalah.menjadikan pelanggan sebagai perhatian utama.untuk peningkatan

---

<sup>5</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 387.

<sup>6</sup> Seto Sulaksono A. W., Yosa Handayani, dan Ade Rika Lestari, “Strategi Bersaing Perusahaan dan Kinerja Perusahaan”, *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, ( Vol. 02, No. 2), 2017, hal. 144.

<sup>7</sup> Zulfiah Abdussamad, “Pengarug diferensiasi Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam di Gorontalo”,

persepsi.pembeli pada keunggulan kualitas, desain produk, bahan, citra, dan pelayanan.<sup>8</sup>

#### 4. Program

Program merupakan kegiatan atau aktivitas organisasi yang telah diputuskan dengan kebijakan tertentu dan untuk dilaksanakan untuk memutar roda organisasi sehingga dapat mencapai tujuan dari organisasi. Arikunto mengatakan bahwa,“Program diartikan sebagai suatu unit atau kesatuan kegiatan yang dapat disebut sebagai sistem yang didalamnya terdapat rangkaian kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan”.<sup>9</sup>

#### 5. Umroh

Umroh adalah berkunjung ke Baitullah, dengan melakukan tawaf, sa’i, dan bercukur demi menghadap.ridha Allah SWT.<sup>10</sup>

#### 6. Rasa

Arti kata rasa dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanggapan hati terhadap sesuatu (indra). Contoh: Rasa sedih (bimbang, takut).

#### 7. Haji

Haji adalah berkunjung ke Baitullah (Ka’bah) untuk melakukan beberapa.amalan antara lain: wukuf, mabit, sa’i, dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi.memenuhi

---

<sup>8</sup> Maya Sari, 2016, “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (Studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru)”, *JOM FISIP*, ( Vol. 3, No. 1),Riau, hal. 4

<sup>9</sup> Ibid, hal. 4.

<sup>10</sup> Departemen Agama Direktorat Jendral Penyelenggara Haji dan Umroh, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta, Mei: 2008, hal. 11.



panggilan Allah SWT dan mengharapka ridha-Nya.<sup>11</sup> Haji adalah salah satu rukun islam yang lima yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada orang-orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut.<sup>12</sup>

## **F. Sistematika Pembahasan**

Pemaparan sistematika pembahasan ini digunakan untuk memudahkan pembahasan masalah yang ada di dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan agar permasalahannya dapat dipahami secara sistematis. Penulisan dalam penelitian ini terbagi ke dalam lima bab. Pada setiap bab nya terdiri dari beberapa sub bab. Berikut ini adalah sistematika pembahasannya:

### **BAB I: Pendahuluan**

Dalam bab pendahuluan ini terdapat beberapa sub bab Sub bab tersebut antara lain, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: Kajian Teori**

Dalam bab kajian.teori ini terdapat dua sub bab Sub bab tersebut, yaitu kerangka teori dan landasan teori.

### **BAB III: Metode Penelitian**

Dalam bab ini terdapat beberapa sub bab pembahasan tentang metode penelitian. Sub bab tersebut, yaitu: terdiri dari sub pendekatan dan

---

<sup>11</sup> Departemen Agama Direktorat Jendral Penyelenggara Haji dan Umroh, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta, Mei: 2008,. hal. 13.

<sup>12</sup> Ibid, hal. 4.

jenis, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi data, dan teknis analisis data penelitian.

#### **BAB IV: Penyajian dan Analisis data**

Dalam bab penyajian dan analisis data ini berisi beberapa sub bab pembahasan. Adapun sub-subnya, yaitu gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, dan pembahasan hasil penelitian.

#### **BAB V: Penutup.**

Dalam bab penutup ini terdapat dua sub bab yang berisi tentang kesimpulan dari sebuah laporan penelitian, saran dan rekomendasi, keterbatasan penelitian.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORETIK**

#### **A. Kerangka Teoretik**

Perusahaan harus mampu menilai kedudukan dan menetapkan suatu strategi yang dapat digunakan dalam peningkatan posisi atau kedudukan perusahaan untuk persaingan. Dalam hal ini, perusahaan harus memiliki pandangan dan keputusan mengenai produk baik barang ataupun jasa yang ditawarkan kepada sasaran pasar berdasarkan bidang usaha yang telah ditentukan.

Assauri dalam bukunya menyatakan bahwa, “perusahaan juga harus mempertimbangkan dan berjaga-jaga atas penawaran dari perusahaan saingan yang ada”.<sup>13</sup> Ketika perusahaan telah mengetahui posisi produk dari perusahaan saingan, maka perusahaan akan dapat memilih salah satu dari pemilihan keputusan memilih produk. Pertama, perusahaan memilih produk yang sama dengan perusahaan pesaing dan bersaing. Kedua, perusahaan memilih produk yang lain yang belum ditemukan di pasaran bahkan dari pesaing. Pilihan kedua ini akan menjadikan perusahaan sebagai *leader* dalam pasar, karena perusahaan pesaing belum menyajikan tipe produk yang serupa. Apabila perusahaan mengambil keputusan untuk memilih produk yang sama dengan produk saingan karena produk tersebut telah dinyatakan sebagai produk yang menguntungkan dan beresiko kecil, maka perusahaan bisa memulai usaha pemasaran dengan menggunakan persaingan strategi differensiasi harga dan differensiasi mutu atau kualitas produk.

---

<sup>13</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar Konsep Strategi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 172.

## **1. Strategi Diferensiasi**

### **a) Pengertian**

Dalam persaingan memasarkan produk, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan. Salah satu strategi yang perlu dilakukan dalam pemasaran tersebut adalah strategi diferensiasi.

Strategi differentiation atau pembedaan produk, mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

Dalam strategi diferensiasi, perusahaan akan berusaha menjadi unik dari berbagai dimensi industri mereka. Keunikan dari berbagai dimensi tersebut secara umum akan dihargai oleh konsumen. Mu'iz menjelaskan, “pendekatan ini bukan hanya untuk meningkatkan mutu fisik dari produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli”.<sup>14</sup> Strategi diferensiasi merupakan strategi yang dapat menghasilkan keuntungan di atas rata-rata dalam suatu persaingan industri. Strategi ini mampu menciptakan posisi aman untuk kekuatan persaingan yang berbeda dengan strategi keunggulan biaya. Tanpa mengabaikan

---

<sup>14</sup> Ibid, hal. 396.

faktor biaya, strategi ini menjadikan biaya bukan sebagai target utama.

Diferensiasi akan menghasilkan produk yang eksklusif dan memiliki harga yang lebih tinggi. Dalam hal itu, diferensiasi memiliki kelemahan dalam memperoleh pasar yang tinggi jika konsumen tidak memiliki kemampuan dan kemauan membayar dengan harga lebih tinggi. Tujuan strategi diferensiasi adalah membuat sesuatu yang akan dianggap berbeda oleh konsumen pada suatu industri tertentu.

#### **b) Dimensi Diferensiasi**

Menurut Kotler yang dikutip oleh Yusi, “diferensiasi adalah kegiatan merancang suatu perbedaan yang membedakan produk atau jasa perusahaan dengan produk atau jasa yang lain”.<sup>15</sup> Diferensiasi dapat dilakukan melalui lima dimensi berikut ini, yaitu:

##### **1) Diferensiasi Produk,**

Perusahaan dalam menghadapi persaingan harus menghasilkan produk mampu memenangkan hati konsumennya. Oleh karena itu, produk perusahaan harus didesain sesuai kebutuhan konsumen, kemudian dikembangkan sebaik-baiknya dan diberikan pelayanan yang superior kepada konsumen atau pelanggan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Seto Sulaksono A. W., Yosa Handayani, dan Ade Rika Lestari, “Strategi Bersaing Perusahaan dan Kinerja Perusahaan”, *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, ( Vol. 02, No. 2), 2017, hal. 144.

<sup>16</sup> Lucky Radi Rinandiyana, Ane K., Dian K., “Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim Di Kota

Semakin baik bentuk desain produk perusahaan, maka konsumen akan semakin tertarik untuk memilih dan membeli produk perusahaan. Menurut Jones and George mengatakan bahwa, pengembangan suatu produk baru dapat ditujukan untuk menghasilkan kualitas produk baru yang lebih baik atau terbaik.<sup>17</sup> Perusahaan yang mampumenciptakan produk baru yang unik, istimewa, dan berbeda dari pesaing lain akan dirasakan oleh pelanggan.

## 2) Diferensiasi Pelayanan

Menurut Kotler yang dikutip oleh Wulan, kualitas.pelayanan adalah totalitas dari bentuk karakteristik barang maupun jasa yang menunjukkan suatu kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.<sup>18</sup> Kotler yang dikutip oleh Paryanti menyatakan, jika produk fisiknya tidak mudah dideferensiasikan, maka peningkatan kualitas pelayanan menjadi kunci kesuksesan.<sup>19</sup> Dari kedua teori

---

Tasikmalaya)”, Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen, (online), Vol. 2, No. 2, diakses pada Desember 2019 dari <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>, 106.

<sup>17</sup>Ibid, 106.

<sup>18</sup> Omega Wulan, Frederik G., dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merk Terhadap Keunggulan Bersaing pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal Emba*, Vol. 5, No. 3, Manado, 2017, hal. 3

<sup>19</sup> Ratna Paryanti, 2015, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)” *JOM FISIP*, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Hal. 5

tersebut menunjukkan bahwa, pelayanan yang baik perlu dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan membedakan pelayanan utama berdasarkan kemudahan pemesanan, pengiriman, pemasangan, pelatihan pasien, konsultasi pasien, pemeliharaan, dan perbaikan.

### 3) Diferensiasi Personil

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang kuat dengan mempekerjakan dan melatih orang-orang dengan lebih baik. Personalia dikatakan terlatih jika memiliki enam karakteristik, di antaranya kemampuan, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap dan komunikatif.<sup>20</sup>

Membedakan personil perusahaan berdasarkan kemampuan, kesopanan, kredibilitas, dapat diandalkan, cepat tanggap dan komunikasi yang baik. Menurut Paryanti, kemampuan karyawan memproses pemasaran akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan minat pembeli mempengaruhi strategi dan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan dalam aktivitas perusahaan.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 389.

<sup>21</sup> Ratna Paryanti, 2015, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)” *JOM FISIP*, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Hal. 5

#### 4) Diferensiasi Saluran

Pada umumnya perusahaan yang mencapai keunggulan bersaing diperoleh melalui cara mereka merancang saluran distribusi, terutama menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut.<sup>22</sup> Langkah pembedaan melalui cara membentuk saluran distribusi, jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.

#### 5) Diferensiasi Citra

Para pembeli memiliki tanggapan yang berbeda terhadap citra perusahaan atau merek. Identitas dan citra perlu dibedakan. Identitas terdiri dari berbagai cara yang dimaksudkan oleh perusahaan untuk mengidentifikasi atau memposisikan diri atau produknya. Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produk.<sup>23</sup> Perbedaan persepsi atau pemikiran yang dimiliki masyarakat terhadap sebuah perusahaan atau disebut dengan citra dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran diferensiasi. Oleh karena itu citra yang dimiliki sebuah perusahaan seharusnya selalu memiliki sifat positif di mata masyarakat. Hal tersebut karena masyarakat akan selalu percaya dan

---

<sup>22</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 389.

<sup>23</sup> Ibid, hal. 389.



menggunakan produk atau jasa tersebut kembali.

Cara membedakan citra perusahaan dapat dilihat dari perbedaan identitas penetapan posisi, perbedaan lambang dan juga perbedaan iklan. Menurut Paryanti, citra merupakan suatu cara masyarakat mempersepsi, memandang, dan memikirkan produk perusahaan.<sup>24</sup> Suatu perusahaan yang ingin membangun citra baik perusahaan, maka perlu untuk mengetahui objek sasaran publik.

### **c) Keunggulan Kompetitif**

Mengacu pada teori Porter yang dikutip oleh Harahap menyatakan, “inti keberhasilan atau kegagalan perusahaan adalah bersaing, karena bersaing akan menentukan posisi yang menguntungkan perusahaan dalam suatu industri untuk memperoleh kemampuan laba di atas rata-rata industrinya”.<sup>25</sup> Selanjutnya, perusahaan agar mampu bersaing maka diperlukan strategi dalam bersaing untuk membangun keunggulan.

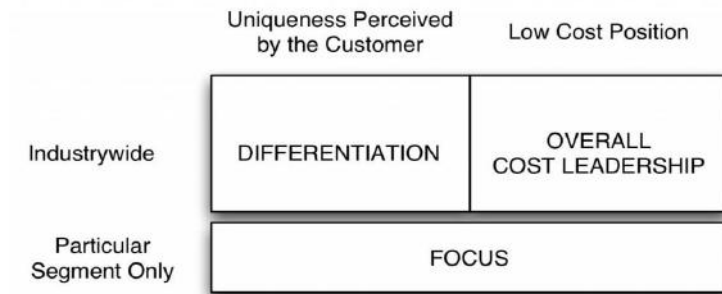
Sunarsih menyatakan, “Ajaran Porter (1985) tentang strategi generik untuk keunggulan bersaing terdiri dari keunggulan

---

<sup>24</sup> Ratna Paryanti, 2015, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)” *JOM FISIP*, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Hal. 5

<sup>25</sup> Kartini Harahap, “Aplikasi Strategi Diferensiasi Produk Pakaian Jadi Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka”, Hal. 226.

## STRATEGIC ADVANTAGE



biaya, differensiasi dan fokus kepada pelanggan masih relevan untuk tetap digunakan”.<sup>26</sup>

Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam persaingan pasar. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi pembelinya. Bila perusahaan kemudian mampu menciptakan keunggulan melalui salah satu dari ketiga strategi generik yang dikemukakan oleh Porter tersebut, maka akan didapatkan keunggulan bersaing (Aaker, 1989).

### 1) Cost Leadership (Strategi Biaya Rendah)

Porter (1985) menjelaskan bahwa strategi biaya rendah mampu menjadikan perusahaan lebih efisien dengan cara memproduksi dengan volume banyak dari standar produk, hal tersebut dilakukan agar perusahaan bisa mengambil

---

<sup>26</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 45

keuntungan dari skala dan kurva pengalaman.<sup>27</sup> Strategi ini menekankan pada upaya memproduksi produk standar (sama dalam setiap aspek) dengan biaya per unit yang rendah. Produk dari strategi ini biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh dengan pergeseran harga atau menggunakan harga sebagai salah faktor penentu keputusan mereka.

## 2) Differensiation (Strategi Pembedaan Produk)

Porter (1985) menjelaskan bahwa diferensiasi memiliki tujuan pasar yang luas, karena melibatkan kreativitas dari produk atau pelayanan sebagai keunikan dari industri itu sendiri.<sup>28</sup> Perusahaan akan mebebaskan biaya premium terhadap produk unik tersebut. Diferensiasi ini bisa dilakukan mulai dari desain, *brand image*, teknologi, fitur, *dealers*, jaringan ataupun pelayanan konsumen. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat menarik minat konsumen sebesar-besarnya.

## 3) Focus (Strategi Focus)

---

<sup>27</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, "Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City", Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 231.

<sup>28</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, "Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City", Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 231.

Porter (1985) menjelaskan bahwa strategi fokus mengkonsentrasikan perusahaan terhadap beberapa target pasar saja.<sup>29</sup> Strategi ini digunakan untuk membangun keunggulan bersaing dalam suatu segmen pasar yang lebih sempit. Strategi fokus ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan konsumen yang tidak terpengaruhi harga dalam pengambilan keputusannya untuk membeli produk yang tersedia.

Sedangkan menurut “Lumpkin dan Dess menyatakan bahwa sebuah keunggulan kompetitif ada ketika pelanggan merasakan bahwa produk yang dimiliki perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya”.<sup>30</sup> Keunggulan bersaing dapat dilihat dari tingkat kepentingan kualitas terhadap pasar dan mengkategorikan ke dalam empat tipe bentuk sumber daya dalam penciptaan nilai yaitu:<sup>31</sup>

- proses sumber daya yang digunakan untuk
- 1) menurunkan struktur biaya perusahaan,
  - 2) sumber daya produk untuk meningkatkan

---

<sup>29</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, “Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City”, Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 232.

<sup>30</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), hal. 45

<sup>31</sup>hal. 46.

- kinerja perusahaan,
- 3) sumber daya waktu untuk menghantarkan nilai sesuai waktu pasar,
  - 4) sumber daya inovasi untuk mempengaruhi teknologi.

Menurut Adner dan Zemsky, sumber daya-sumber daya ini dan sumber daya lainnya membentuk penciptaan nilai dalam proses pengembangan posisi keunggulan bersaing perusahaan. Mangkuprawira menyatakan, “terdapat dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk”,<sup>32</sup> sebagai berikut:

- 1) Sudut pandang nilai pelanggan

Keunggulan kompetitif akan terjadi apabila terdapat suatu pandangan pelanggan bahwa perusahaan mereka memperoleh nilai tertentu dari transaksi ekonomi dengan perusahaan tersebut. Untuk itu syaratnya adalah semua karyawan perusahaan harus focus pada kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal demikian baru terwujud ketika pelanggan dilibatkan dalam merancang proses memproduksi barang dan atau jasa serta didorong membantu perusahaan merancang system MSDM yang akan mempercepat pengiriman barang dan jasa yang diinginkan pelanggan.

---

<sup>32</sup> Ibid, hal. 46-48.

## 2) Sudut keunikan

Keunikan dapat dicirikan berupa barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan yang tidak dapat mudah ditiru oleh pesaing (diferensiasi). Ciri-ciri dari keunikan antara lain<sup>33</sup>:

### a) Kemampuan finansial dan ekonomis

Ciri dari keunikan yang ditunjukkan oleh adanya kemudahan perusahaan untuk mendapatkan sumber finansial dengan relatif cepat dengan bunga yang relatif lebih rendah dari pada bunga pasar. Selain itu, perusahaan juga dapat menekan harga produk yang lebih murah ketimbang harga produk yang sama dari perusahaan lain.

### b) Kemampuan menciptakan produk strategic

Bentuk jenis keunikan ini dibanding produk yang sama dari perusahaan lain antara lain, dapat dilihat dari aspek rasa, ukuran, penampilan dan keamanan produk serta suasana lingkungan bisnis.

### c) Kemampuan teknologi dan proses

Keunggulan dalam teknologi dan proses ini dicirikan dengan alat yang digunakan dalam mendukung program atau produk perusahaan. Alat tersebut tua atau modern dan sudah sangat dikenal kehandalannya di kalangan luas pelanggan. Penggunaan alat-alat canggih

---

<sup>33</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, "Kewirausahaan dalam Multi Perspektif", (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 46-48.

seperti sistem komputer dan fasilitas pabrik pengolahan produksi modern akan digemari konsumen.

d) Kemampuan keorganisasian.

Keunikan disini dicirikan oleh kelebihan perusahaan dalam pengelolaan system keorganisasian yang sepadan dengan kebutuhan pelanggan. Sebuah perusahaan dengan keunggulan kompetitif dapat menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi untuk pemangku kepentingan pelanggan dan pemasok dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan berusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan melakukan inovasi di dalam proses, ciri produk, dan cara bertransaksi.

## 2. Umroh

Umrah menjadi suatu alternatif perjalanan ibadah ke Tanah Suci meskipun tidak menggugurkan kewajiban haji. Hadi menyatakan, “sebagian ulama (Fuqaha) mengatakan wajib dan sebagian yang lain mengatakan sunnah, jika disimpulkan dari argumen para Fuqaha umrah yang memiliki hukum wajib adalah umrah yang dilakukan bersama hajinya dan umrah yang tidak dilaksanakan berkaitan dengan haji hukumnya sunnah”.<sup>34</sup> Umroh dilakukan dengan berihram dari miqat, kemudian tawaf, sa’i, dan diakhiri dengan memotong rambut atau bercukur (thalul

---

<sup>34</sup> M. Sabiq Al Hadi, “Rekonstruksi Pemahaman yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan Haji Dan Umroh”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Al-Iqtishod)*, (Vol. 01, No. 01, 2019), hal. 66.

umroh), dan dilaksanakan secara berurutan atau tertib. Umroh ini dapat dilakukan kapan saja. Namun, .dalam umroh juga terdapat.waktu.yang dimakruhkan melaksanakan umroh, .yaitu pada saat jamaah haji wukuf di Padang Arafah, hari Nahar (10 Dzulhijjah), dan hari Tasyrik.<sup>35</sup> Umroh memiliki Syarat, Rukun, dan Wajib umroh.

Jika seseorang tidak memenuhi persyaratan umroh, maka gugulah kewajiban umroh orang tersebut. Syarat Umroh ada lima, yaitu Islam, *baligh* (dewasa), *aqil* (berakal sehat), merdeka (bukan hamba sahaya), *Istitha'ah* (mampu). Ketika seseorang tersebut telah memenuhi persyaratan umroh, ia juga harus memenuhi rukun umroh. Jika seseorang meninggalkan rukun umroh, maka umrohnya tidak akan sah. Rukun dari ibadah umroh ada lima, yaitu ihram (niat), tawaf, sa'i, cukur atau tahalul, dan tertib (melaksanakan ketentuan manasik.sesuai aturan yang ada). Selain syarat dan rukun, orang yang berumroh.juga memiliki wajib umroh. Wajib umroh merupakan berihrom dari miqat. Apabila hak tersebut dilanggar, maka orang yang umroh tersebut umrohnya tetap sah tetapi harus membayar denda.<sup>36</sup>

### 3. Haji

Hadi menyatakan, “Haji sebagai salah satu rukun islam yang mewajibkan kita untuk menunaikannya jika mampu. tetapi karena keterbatasan kuota untuk menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci maka tidak memungkinkan kita untuk bersegera

---

<sup>35</sup> Departemen Agama Direktorat Jendral Penyelenggara Haji dan Umroh, *Bimbingan Manasik Haji*, Jakarta, Mei: 2008, hal. 12.

<sup>36</sup> Ibid, hal. 12-13.



menunaikannya”.<sup>37</sup> Umrah menjadi sebuah alternatif perjalanan ibadah ke Tanah Suci walaupun tidak menggugurkan kewajiban haji. Haji merupakan berkunjung ke Baitullah (ka’bah) untuk melaksanakan ibadah (memenuhi panggilan Allah dan mengharapkan ridha-Nya) sesuai dengan syarat, rukun dan wajib haji. Berbeda dengan umroh yang dapat dilakukan sewaktu-waktu, ibadah haji hanya bisa dilaksanakan pada masa tertentu. Muslimin yang telah mencukupi syarat ibadah haji diwajibkan berhaji sekali seumur hidup. Akan tetapi, jika muslimin memiliki nadzar untuk berhaji walaupun sudah pernah melaksanakan haji sebelumnya, maka menunaikan ibadah haji menjadi wajib baginya. Syarat haji ada lima, yaitu islam, *baligh*, *aqil*, merdeka, dan mampu (*istitha’ah*).

Dalam beribadah haji, muslimin harus melakukan beberapa rangkaian amalan rukun haji. Rukun haji ini tidak dapat diganti dengan yang lain seperti Dam. Jika rukun haji ditinggalkan, maka haji tidak akan sah. Rukun haji ada enam, yaitu ihram (niat), wukuf di padang Arafah, tawaf ifadah, sa’i, cukur, dan tertib. Dalam melaksanakan ibadah haji, muslimin juga memiliki wajib haji. Wajib haji ini merupakan suatu rangkaian amalan yang wajib dikerjakan dalam ibadah haji. Bila wajib haji tidak dikerjakan (karena udzur syar’i), haji seorang muslim akan sah, namun harus membayar Dam wajib haji ada lima, yaitu ihrom (niat haji dari miqat), mabit di Muzdalifah, mabit di Mina, melontar jumroh (ula, wuto, aqobah), dan tawaf wada’ (bagi yang akan meninggalkan Makkah).

---

<sup>37</sup>M. Sabiq Al Hadi, “Rekonstruksi Pemahaman yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan Haji Dan Umroh”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Al-Iqtishod)*, (Vol. 01, No. 01, 2019), hal. 65.

#### 4. Perspektif Islam

##### a) Strategi Differensiasi Dalam Perspektif Islam

Dalam kegiatan jual beli, perusahaan harus dapat menetapkan nilai suatu barang dengan harga yang ditawarkan. Jika perusahaan memberikan nilai suatu barang yang sesuai dengan harga yang ditawarkan, maka kepercayaan konsumen terhadap perusahaan akan terbangun dengan sendirinya. Hal ini akan menguntungkan pihak perusahaan karena kepercayaan tersebut. Islam mensyaratkan agar kegiatan jual beli itu haruslah dengan dasar suka sama suka, tanpa ada paksaan ataupun tipuan, seperti yang terkandung dalam surat An-Nisaa' ayat 29 berikut:<sup>38</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa’: 29)*

Dalam proses jual beli, akad penyerahan suatu produk barang atau jasa dari penjual kepada pembeli harus memiliki kesepakatan harga atas dasar suka sama suka untuk fokus pada nilai yang terkandung pada produk atau jasa tersebut. Perusahaan yang menggunakan strategi diferensiasi cenderung mengeluarkan produk yang memiliki harga tinggi. Hal tersebut dikarenakan desain rancangan produk yang

---

<sup>38</sup> <http://id.noblequran.org/quran/surah-an-nisa/ayat-29>

dikeluarkan bermutu tinggi. Konsep suka sama suka, tanpa paksaan, dan kesanggupan.konsumen dalam pembayaran harus diperhatikan dengan benar karena hal tersebut akan berpengaruh bagi konsumen sendiri maupun perusahaan.

#### **b) Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Islam**

Perusahaan dalam berkompetisi tidak berarti dengan saling menjatuhkan satu dengan lainnya. hal itu bukan berarti perusahaan menjalankan organisasi usaha seadanya tanpa memperhatikan daya dari pesaingnya. Perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa dengan niat ikhlas karena Allah SWT ditempatkan dan cara yang tidak menyimpang dari ajaran islam, termasuk bagian dari ibadah. Berikut ini dalil tentang persaingan terdapat dalam Al Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ؕ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ؕ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

*"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lomba lah kamu dalam kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh Allah Mahakuasa atas segala sesuatu." (QS. Al Baqarah : 148)<sup>39</sup>*

Berlomba-lomba memberikan produk barang ataupun jasa dengan sebaik-baiknya merupakan ibadah. Seorang muslim dapat memandang bahwa, bisnis atau bekerja merupakan sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk mencari karunia-Nya yang tersebar di penjuru

---

<sup>39</sup><https://www.bacaanmadani.com/2017/07/ayat-ayat-al-quran-tentang-kompetisi.html>

bumi ini. Oleh karena itu, persaingan bukan hanya soal menang atau kalah, tetapi berebut menjadi yang terbaik. Sebagai contoh adalah perusahaan yang memberikan produk terbaik yang bermutu tinggi, dengan harga sesuai dengan keadaan produk, dan tidak merugikan perusahaan sendiri maupun konsumen.

## **B. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Penelitian pertama yang relevan dengan penelitian ini berjudul "*Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga*". Penelitian ini terdapat di Jurnal *Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)* (Vol. 21, No.3) yang disusun oleh Afiyati, Sri Murni, dan Pramono Haryadi, pada tahun 2019 di Purbalingga. Hasil penelitian menunjukkan, "Strategi diferensiasi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing dan terhadap kinerja bisnis, Orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing dan terhadap kinerja bisnis, Keunggulan bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis, Keunggulan bersaing memediasi pengaruh strategi diferensiasi terhadap kinerja bisnis dan terhadap

kinerjabisnis".<sup>40</sup> Adapun.persamaan antara penelitian tersebut dengan.penulis.adalah.sama-sama meneliti teori tentang strategi diferensiasi yang ada dalam suatu organisasi.atau.lembaga tertentu. Adapun perbedaan antara penelitian Afiyati, Sri Murni, dan Haryadi dengan penulis yaitu jenis jenis metode penelitian dan fokus.dimensi strategi diferensiasi yang diteliti.

Penelitian.kedua.yang.relevan dengan penelitian ini berjudul."*Pengaruh Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Di Bank Bri Kcp Unit Universitas Sam Ratulangi)*". Penelitian ini terdapat di Jurnal EMBA (Vol. 6, No. 4) yang disusun oleh Ribka Pricilya Koyoh, Silvy L. Mandey, dan Jopie Rotinsulu, pada bulan September 2018 di Universitas Sam Ratulangi. Hasil penelitian ini menyatakan, "uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Diferensiasi Jasa dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi".<sup>41</sup> Adapun persamaan antara penelitian tersebut dengan.penulis.adalah.sama-sama meneliti

---

<sup>40</sup> Afiyati, Sri Murni, Pramono Haryadi, "Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis Umkm di Kabupaten Purbalingga", *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)* (Vol. 21, No, 3, 2019).

<sup>41</sup> Ribka Pricilya Koyoh, Silvy L. Mandey, dan Jopie Rotinsulu, "Pengaruh Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Di Bank Bri Kcp Unit Universitas Sam Ratulangi)", *Jurnal EMBA* (Vol. 6 No. 4, September: 2018), hal. 2725.

teori tentang strategi diferensiasi yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga tertentu. Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan penulis yaitu bidang dimensi diferensiasi dan metode penelitiannya. Penelitian penulis fokus pada diferensiasi program dan dengan metode kualitatif. Sedangkan penelitian Ribka Pricilya Koyoh, Silvy L. Mandey, dan Jopie Rotinsulu fokus meneliti diferensiasi jasa, mutu jasa, dan produktivitas jasa menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Penelitian ketiga yang relevan dengan penelitian ini berjudul *"Analisis Perbandingan Diferensiasi Produk dan Citra Merek pada Pembeli Pakaian di Giordano dan Polo (Studi Kasus Di Manado Town Square 1)"*. Penelitian ini terdapat di Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) (Vol. 21, No.3) yang disusun oleh Andre Pratama, Jantje L. Sepang, dan Hendra N. Tawas, pada bulan September 2018 di Universitas Sam Ratulangi. Hasil penelitian menunjukkan, "Giordano dan polo melakukan strategi untuk menciptakan produk yang berbeda dari pesaing, dari segi desain, kualitas, daya tahan, fitur dan style memiliki perbedaan dari produk pesaing. Sehingga konsumen dapat membedakan produk giordano dan polo".<sup>42</sup> Adapun persamaan antara penelitian tersebut

---

<sup>42</sup> Andre Pratama, Jantje L. Sepang, dan Hendra N. Tawas, "Analisis Perbandingan Diferensiasi Produk dan Citra Merek pada Pembeli Pakaian di Giordano dan Polo", (Studi Kasus Di Manado Town Square 1)", *Jurnal EMBA* (Vol. 6 No. 4, September: 2018), hal. 2725.

dengan.penulis.adalah.sama-sama.meneliti.teori tentang strategi diferensiasi yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga tertentu. Adapun.perbedaan.antara penelitian.tersebut.dengan.penulis.yaitu.jenis.metode.pe nelitian.dan fokus.dimensi strategi diferensiasinya.

Penelitian keempat yang relevan dengan penelitian ini berjudul "*Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata pada CV. Optik Minang Padang*". Penelitian ini terdapat di Jurnal Jurnal.Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas (Vol. 20, No. 1) yang disusun oleh Siska Lusya Putri dan Febrizen Bupef, pada bulan Januari tahun 2018 di Padang. Hasil penelitian menunjukkan, "diferensiasi produk, kualitas.pelayanan dan.citra merek.secara simultan.maupun parsial berpengaruh terhadap.terhadap keputusan.pembelian.kacamata pada CV. Optik Minang, .serta berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kacamata pada CV. Optik Minang".<sup>43</sup>.Adapun.persamaan.antara.penelitian.tersebut dengan.penulis adalah.sama-sama meneliti teori tentang strategi diferensiasi yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga tertentu. .Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan penulis yaitu jenis jenis metode penelitian.dan.fokus dimensi strategi diferensiasi yang diteliti.

---

<sup>43</sup> Siska Lusya Putri dan Febrizen Bupef, "Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata pada CV. Optik Minang Padang", *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 20, No. 1, JANUARI: 2018), hal. 134.



Penelitian kelima yang relevan dengan penelitian ini berjudul *"Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan"*. Penelitian ini terdapat di Jurnal JURNAL EKOBIS, Ekonomi Bisnis, & Manajemen (Vol. 2, No.5) yang disusun oleh Enong Muiz, pada bulan maret tahun 2018 di Tangerang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, "penerapan strategi diferensiasi memiliki pengaruh yang penting terhadap Kinerja Perusahaan, terutama untuk indikator pengembangan produk baru atau yang sudah tersedia, pengembangan tenaga penjualan dan pengenalan produk baru ke pasar".<sup>44</sup> Adapun persamaan antara penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama meneliti teori tentang strategi diferensiasi yang ada dalam suatu organisasi atau lembaga tertentu. Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan penulis yaitu jenis, metode penelitian dan fokus dimensi strategi diferensiasinya.

Penelitian keenam yang relevan dengan penelitian ini berjudul *"Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom Garuda Sibolga"*. Penelitian ini terdapat di Jurnal Ilmu Politik (Vol. 1, No. 1) yang disusun oleh Fauziah Nur Simamora dan Eva Yanti Situmeang, pada bulan Januari tahun 2018 di Medan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, "terhadap 45

---

<sup>44</sup> Enong Muiz, "Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan", *JURNAL EKOBIS, Ekonomi Bisnis, & Manajemen* (Vol. 2, No. 5, Maret: 2018), hal. 401.



responden, menunjukkan hubungan antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana perhitungan korelasi product moment diperoleh 0,40".<sup>45</sup> Adapun persamaan antara penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama meneliti teori tentang strategi diferensiasi dimensi diferensiasi pelayanan..Adapun perbedaan antara penelitian tersebut dengan penulis yaitu jenis jenis metode penelitian dan fokus dimensi strategi diferensiasinya.

Penelitian ketujuh yang relevan dengan penelitian ini berjudul "*Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopu Coffe Island*". Penelitian ini terdapat di Jurnal EMBA (Vol. 4, No.1) yang disusun oleh Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh, pada bulan maret tahun 2018 di Tangerang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, " cara simultan dan parsial Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen".<sup>46</sup> Adapun persamaan antara penelitian tersebut dengan penulis adalah sama-sama meneliti teori tentang strategi diferensiasi. Adapun

---

<sup>45</sup> Fauziah Nur Simamora dan Eva Yanti Situmeang, "Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom Garuda Sibolga", Jurnal Imu Politik (Volume 1 Nomor 1, 2018), hal. 78.

<sup>46</sup> Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh, "Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopu Coffe Island", *Jurnal EMBA* ( Volume 4, Nommor 1, Tahun 2016), hal. 470.

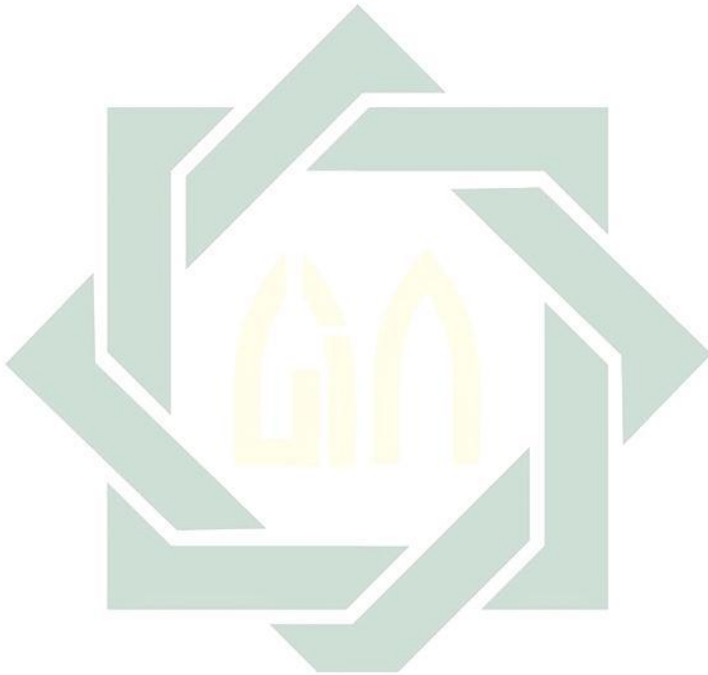
perbedaan antara penelitian.tersebut dengan penulis yaitu jenis jenis metode penelitian dan fokus dimensi strategi diferensiasinya. Gerry Doni Ratela dan Rita Taroreh menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan jenis penelitian asosiatif, dan menggunakan variabel strategi diferensiasi.

Penelitian.kedelapan yang relevan dengan penelitian ini berjudul "Rekonstruksi Pemahaman yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan Haji Dan Umroh". Penelitian ini terdapat di Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (*Al-Iqtishod*), (Vol. 1, No.1) yang disusun oleh M. Sabiq Al Hadi, pada bulan Mei tahun 2019. Hasil penelitian tersebut menunjukkan, "Hasil penelitian menyimpulkan Pemahaman masyarakat yang keliru dalam ibadah haji dan umroh diantaranya adalah seperti tradisi-tradisi dan gaya hidup baru yang dilakukan masyarakat dalam hal pelaksanaan haji dan umroh bersifat konsumtif, Menjalankan ibadah haji dan umroh lebih dari sekali, faktor yang mempengaruhi adalah faktor kebudayaan, faktor sosial (keluarga), faktor pribadi (keadaan ekonomi) dan faktor psikologis (motivasi dan presepsi)".<sup>47</sup> Adapun.persamaan antara penelitian tersebut dengan.penulis.adalah sama-sama meneliti teori tentang haji dan umroh. Adapun perbedaan antara penelitian.tersebut dengan penulis yaitu fokus penelitiannya. Hadi meneliti tentang

---

<sup>47</sup> M. Sabiq Al Hadi, "Rekonstruksi Pemahaman yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan HajiDan Umroh", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Al-Iqtishod)*, (Vol. 01, No. 01, 2019), hal.

rekonstruksi pemahaman yang keliru di masyarakat tentang haji umroh, sedangkan peneliti meneliti tentang strategi diferensiasi.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian merupakan suatu proses kegiatan yang dilakukan untuk mengkaji secara teliti dan teratur menurut kaidah dan bidang keilmuan tertentu. Maksud dari kaidah penelitian merupakan suatu metode. Tanjung dan Devi menyatakan bahwa, “Metode suatu kerangka kerja untuk melakukan suatu tindakan atau suatu kerangka berfikir”.<sup>48</sup> “Terdapat dua jenis pendekatan penelitian yang sering digunakan oleh peneliti maupun akademisi dalam melaksanakan penelitian meraka, yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif”.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dan jenis penelitian metode teori dasar (Grounded Theory). “Penelitian deskriptif yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis, sehingga penelitian ini dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan”.<sup>49</sup> Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis, akurat fakta, dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu. “Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif, sehingga penelitian ini tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi”.<sup>50</sup> Alasan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian

---

<sup>48</sup> 1 Hendri Tanjung dan Abrista Devi, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, (Jakarta : Gramata Publishing, 2013), hal. 73- 32.

<sup>49</sup> Saefuddin Anwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001), hal. 6

<sup>50</sup> Ibid, hal. 7.

deskriptif kualitatif adalah memahami secara mendalam dan menggali makna dari subjek yang diteliti.

“Sedangkan, penelitian metode teori dasar (Grounded Theory) merupakan penelitian yang dilakukan untuk menemukan suatu teori atau menguatkan teori yang sudah ada dengan mengkaji prinsip dan kaidah dasar yang ada lalu dibuat kesimpulan dasar yang membentuk prinsip dasar dari suatu teori”.<sup>51</sup> Dalam melakukan metode ini, “peneliti perlu memilih mana fenomena yang dapat dikatakan fenomena inti dan mana yang bukan untuk dapat diambil dan dibentuk suatu teori. Inti dari pendekatan grounded theory adalah pengembangan suatu teori yang berhubungan erat kepada konteks peristiwa yang dipelajari”. Alasan penelitian ini menggunakan jenis penelitian grounded theory adalah menemukan suatu teori atau menguatkan teori yang sudah ada.

Penelitian ini dilaksanakan secara langsung dengan mendatangi narasumber atau informan di lapangan yaitu Kantor PT. Sindo Wisata Madiun, informasi dari dokumentasi, dan observasi kepada beberapa program perusahaan Sindo Wisata Madiun.

## **B. Lokasi Penelitian**

Peneliti telah mengadakan penelitian kepada beberapa informan dari PT. Sindo Wisata Travel Biro Perjalanan Umroh dan Haji Cabang Madiun dilokasi kantor Sindo yang bertempat di Jalan Cokrobasonto No. 39 dan 22 Madiun. Selain itu, peneliti juga melakukan proses wawancara di beberapa rumah informan terkait di wilayah Madiun. Dalam memperkaya informasi,

---

<sup>51</sup> Saefuddin Anwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001), hal. 8-9.

peneliti juga melakukan observasi langsung mengikuti kegiatan perusahaan, baik di kantor ataupun program manasik. Lokasi manasik umroh Sindo Wisata Madiun ini terletak di Asrama Haji Kota Madiun.

## **C. Jenis Dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

#### **a) Data Primer**

“Data primer merupakan data utama yang diperoleh langsung dari subjek relevan penelitian”. Data ini di dapatkan dengan wawancara secara langsung pada subjek, sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun sumber data ini yang digunakan dalam penelitian adalah pihak pimpinan, karyawan, konsumen atau jamaah umroh, muthawif Sindo Wisata Madiun dan kru JTV untuk memperoleh informasi mengenai fokus penelitian. “Peneliti menggunakan teknik wawancara langsung mendatangi lokasi kantor Sindo Wisata Madiun, lokasi manasik, dan kediaman narasumber”.

#### **b) Data Sekunder**

“Data sekunder merupakan suatu data yang didapat dari sumber data lain yang dimiliki atau sudah ada dan berkaitan dengan fokus penelitian Sindo Wisata Madiun. Data tersebut didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti, namun sudah tersedia di lokasi penelitian. “Adapun wujud sumber data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini, seperti berwujud data

dokumentasi atau data laporan organisasi”.<sup>52</sup> Peneliti mendapatkan informasi data tersebut dengan izin perusahaan Sindo Wisata Madiun. Data tersebut berupa kumpulan buku-buku manasik, buku E-KTP, buku doa, rekaman, dan foto-foto kegiatan. Dokumentasi lengkap mengenai manasik, pemberangkatan, maupun proses umroh di Tanah suci juga diposting di Youtube channel JTV Madiun dengan hastag “Umroh Bareng Sindo”.

## **2. Sumber Data**

Sumber data merupakan subjek asal dari diperolehnya data dan untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi sumber data. “Peneliti menggunakan rumus 3P dalam mengumpulkan sumber data”, yaitu.<sup>53</sup>

### **a) *Person* (orang)**

“*Person* merupakan orang yang berada ditempat dimana peneliti bertanya mengenai variabel yang diteliti”. Dalam hal ini yang termasuk dalam *person* adalah seluruh narasumber atau informan dari penelitian ini.

### **b) *Paper* (kertas),**

*Paper* adalah salah satu dokumen yang digunakan oleh peneliti membaca dan

---

<sup>52</sup> Saefuddin Anwar, Metode Penelitian, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2001), hal.91

<sup>53</sup> Arikunto, Metodologi Penelitian, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006) hal. 24

mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian, seperti absensi, jadwal manasik, formulir, brosur, buku alumni, buku doa-doa, buku manasik E-KTP, gambar, dan dokumen-dokumen lainnya.

c) **Place (tempat),**

Placeyang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tempat berlangsungnya kegiatan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Dalam hal ini, tempat yang telah digunakan dalam penelitian adalah kantor Sindo Wisata Madiun, rumah informan, lokasi manasik Umroh di Asrama Haji Kota Madiun.

Adapun sumber data yang lain yaitu :

a) **Informan**

merupakan sasaran seseorang dimana peneliti dapat bertanya mengenai variabel dan sampel yang diteliti dan mendapatkan informasi penelitian dari seorang informan. Informan tersebut merupakan seorang pimpinan, konsumen atau jamaah umroh, karyawan, muthawif (pembimbing) dari Sindo Wisata Madiun dan kru JTV.

b) **Dokumentasi**

merupakan mencari data yang bersumber dari catatan, transkrip, buku, agenda, surat kabar, majalah, notulen rapat, laporan penting, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Data tersebut dapat berupa sejarah, profil, dan lain sebagainya.



## **D. Tahap-Tahap Penelitian**

Penelitian kualitatif perlu dilalui dengan beberapa tahap dalam sebuah proses penelitian. Tahapan ini disusun dengan terstruktur, agar mendapatkan data yang sistematis. “Tahap penelitian ini ada empat yang dapat dikerjakan yaitu sebagai berikut”:<sup>54</sup>

### **1. Tahap Pra-Lapangan**

Tahap pra-lapangan ini merupakan tahap pengenalan atau penjajakan lapangan. Peneliti harus melalui enam langkah untuk dapat melakukan tahapan ini yaitu:

#### **a) Menyusun rancangan-rancangan sebuah penelitian**

“Peneliti harus merancang penelitian yang akan dilaksanakan. Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus merancang waktu untuk pertemuannya, lokasi pertemuannya, dan pertanyaan apa saja yang akan dipertanyakan kepada informan”. Hal ini dilakukan agar peneliti mendapat informasi secara sistematis dalam penelitian yang akan dilaksanakan.

#### **b) Memilih tempat atau lapangan penelitian**

Dalam penelitian kali ini, peneliti hanya akan melakukan penelitian kepada pimpinan dan karyawan Sindo saja. Sehingga untuk dapat menemui mereka hanya perlu ditemui di kantor Sindo Wisata Madiun.

#### **c) Melakukan penjajakan dan melakukan penilaian lapangan**

---

<sup>54</sup> Lexy J. Moleong, metode Penelitian Kualitatif, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), hal 85-109

Untuk mendapatkan suatu gambaran umum tentang kegiatan strategi diferensiasi, peneliti perlu melakukan penjajakan dan penilaian lapangan yang akan diteliti. Hal tersebut dilakukan oleh peneliti agar ketika waktu penelitian berlangsung, dapat seiring dalam mempertanyakan pertanyaan wawancara kepada informan sehingga dapat dianggap lebih siap untuk terjun ke lapangan. Dengan penjajakan tersebut peneliti juga dapat menilai keadaan, situasi, latar belakang lapangan dan konteksnya sehingga akan mudah menemukan pemikiran yang sesuai dengan tema penelitian.

**d) Melakukan pemilihan dan Memanfaatkan Informan**

Untuk mendapatkan hasil yang akurat, peneliti perlu melakukan pemilihan informan yang tepat. Informan yang dimaksud merupakan informan yang benar-benar mengetahui dan terlibat dalam setiap kegiatan dari Sindo ini. Dengan bantuan informan ini, peneliti mampu mendapatkan informasi.

**e) Melakukan Penyiapan Perlengkapan Penelitian**

Sebelum melakukan penelitian, peneliti perlu melakukan penyiapan alat-alat yang akan digunakan dalam penelitian. Alat tersebut berupa alat fisik dan non fisik. Alat fisik dapat berupa alat tulis, kertas, rekaman, dan lain sebagainya. Sedangkan, peralatan non fisik merupakan pertanyaan atau pemikiran yang akan dipertanyakan kepada informan dengan persiapan pertanyaan yang matang.

## 2. Tahap Lapangan

Untuk melakukan tahap lapangan, peneliti harus menggunakan beberapa langkah tahapan. Langkah-langkah tersebut seperti berikut ini yaitu:

### a) Memahami Latar Belakang Penelitian

Dalam rangka proses mempersiapkan diri dengan sebuah penelitian, peneliti harus mampu memahami latar belakang masalahnya mengapa dia melakukan penelitian tersebut. Permasalahan tersebut muncul karena adanya kesenjangan antara teori dengan praktik yang terdapat di lapangan. Dalam hal ini, Biro Sindo Wisata Madiun terkenal sebagai Travel yang mahal, tetapi jamaah dari Travel ini selalu memenuhi kuota yang disediakan. Selain itu, biro ini dikenal sebagai biro yang unik yaitu, “Umroh Rasa Haji”. Peneliti menggali informasi perihal fokus dengan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya tersebut, sehingga perlu melakukan persiapan diri yang tepat. persiapan fisik, etika, dan mental harus tertata dengan baik sebelum melakukan penelitian atau ketika melakukan wawancara kepada narasumber.

### b) Memasuki Lapangan

Dalam rangka menjalin citra positif antara individu dengan lembaga yang akan diteliti dan menjalin rasa nyaman antara satu dengan lainnya, seorang peneliti perlu menjalin hubungan akrab, sopan, dan satu kepada seluruh pihak yang terkait.

### c) Mengumpulkan data

Dilapangan, peneliti mulai mengumpulkan data. Pertama yang dilakukan

adalah dengan melakukan wawancara kepada subjek yang dijadikan informan. Untuk menghindari terlupanya informasi dan memudahkan penulisan laporan, peneliti juga melakukan pencatatan data-data informasi yang diperolehnya kedalam file note. Data yang diperoleh dapat berupa data wawancara dan dokumen organisasi. Dokumen organisasi tersebut seperti yang sudah dijelaskan dalam subab sebelumnya.

**d) Tahap Analisis**

Tahap Analisis data merupakan suatu tahap mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar agar dapat memudahkan dalam menentukan tema dan dapat merumuskan hipotesa kerja yang sesuai dengan data.

**e) Tahap Penulisan Laporan**

Penulisan laporan merupakan hasil akhir dari adanya penelitian, sehingga dalam tahap akhir ini peneliti mempunyai pengaruh terhadap penulisan laporan. Penulisan laporan akan dilakukan dengan disesuaikan prosedur penulisan laporan penelitian yang baik, agar laporan penelitian menghasilkan kualitas yang baik.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang utama dalam penelitian. Penelitian memiliki tujuan untuk mendapatkan sebuah data. Berikut adalah teknik pengumpulan data penelitian ini,

## 1. **Observasi**

Menurut tulisan Sugiyono yang dikutip dari Nasution menjelaskan, observasi merupakan pondasi dari sebuah ilmu pengetahuan. Observasi membantu peneliti untuk melakukan penelitian. Observasi membawa peneliti untuk memahami objek lebih dekat. Sehingga, peneliti mengetahui benar-benar kondisi objek di lapangan.<sup>55</sup> Observasi pada penelitian ini dilaksanakan di lokasi kantor Sindo Wisata Madiun, Rumah informan, dan Asrama Haji Kota Madiun.

## 2. **Wawancara**

Dalam sumber yang sama di tulis oleh Sugiyono, ia menjelaskan mengenai wawancara yang merupakan cara peneliti untuk mengetahui hal-hal yang bersifat responden. Teknik pengumpulan data ini memiliki dasar pada laporan tentang diri sendiri atau setidaknya ada keyakinan dari diri pribadi. Wawancara biasanya berupa tanya jawab antara informan dan peneliti.<sup>56</sup> Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara dengan pimpinan, karyawan, konsumen atau jamaah umroh, muthawif Sindo Wisata Madiun dan kru JTV.

## 3. **Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan data yang peneliti dapatkan bersumber dari catatan, transkrip, buku, agenda, surat kabar, majalah, notulen rapat, laporan penting, dan sebagainya yang berhubungan dengan masalah penelitian. Data tersebut dapat berupa sejarah, profil, dan lain sebagainya. Dokumentasi

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, ( Bandung : Al Fabeta, 2018) , hal: 104.

<sup>56</sup> Ibid, hal: 114.

merupakan metode pengumpulan data dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat subjek sendiri. Dokumen tersebut dapat pula dibuat oleh bukan subjek. Akan tetapi, bukan subjek memahami tentang subjek.<sup>57</sup>

## **F. Teknik Validasi Data**

Untuk menguji ke validan data informasi yang didapatkan dari masing-masing informan, maka perlu dilakukan uji keabsahan data. Uji keabsahan data di penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dalam tiga hal, yaitu

### **1. Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber merupakan pengecekan atau pengujian kredibilitas data. Data dicek melalui berbagai sumber, baik informan maupun dokumen lainnya. Hal tersebut akan memberikan hasil keabsahan data yang digunakan.

### **2. Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik merupakan pengujian kredibilitas data penelitian dengan fokus yang sama. Akan tetapi, peneliti menggunakan teknik yang berbeda-beda dan bermacam-macam.

### **3. Triangulasi Waktu**

Waktu memiliki pengaruh terhadap keabsahan data. Pengecekan data dilakukan dalam bentuk wawancara, observasi dan dokumentasi. Akan tetapi, peneliti menggunakan waktu-waktu yang berbeda dalam setiap bentuk pengecekkannya.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Haris Hendriyansah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Salemba Humanika, 2011, hal: 143.

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* ( Bandung : Al Fabeta, 2018), Hal. 191

## **G. Teknik Analisis Data**

Tahap Analisis data ini adalah tahap melakukan pengorganisasian dan melakukan pengurutan data. Analisis data merupakan tahap proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan uraian dasar.<sup>59</sup> Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :<sup>60</sup>

### **1. Transkrip**

Transkrip data ialah salinan suara atau video ke dalam bentuk tulisan. Dengan transkrip data, peneliti dapat mengetahui makna implisit dan eksplisit dari berbagai pernyataan atau topik atau objek.

### **2. Coding**

Dalam penelitian kualitatif, coding merupakan kata atau frasa pendek yang secara simbolis bersifat meringkas, menojolkan pesan, menangkap esensi dari suatu porsi data, baik itu data berbasis bahasa atau data visual. Coding menggunakan bahasa yang lebih sederhana. Coding adalah frasa pendek yang dapat memuat esensi dari suatu segmen data.

### **3. Kategorisasi**

Kategorisasi adalah suatu proses kognitif untuk mengklasifikasikan objek-objek atau peristiwa ke dalam kategorikategori tertentu yang bermakna.<sup>61</sup>

### **4. Analisis Analisis**

Analisis adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola dan

---

<sup>59</sup> Lexy, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung : Remaja Karya, 2007), hal. 103

<sup>60</sup> Ibid, hal. 104.

<sup>61</sup> Tuner J.C & Giles, Intergroup Behaviour, (Oxford : Basil Blacwell, 1985), hal.56.

satuan uraian dasar. Sehingga, peneliti dapat merumuskan hasil yang telah didapatkan di lapangan.

#### **5. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan**

Teknik ini merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Setelah data dianalisis kemudian dijelaskan dan dimaknai dalam bentuk kata-kata untuk mendeskripsikan fakta yang ada di lapangan dan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kemudian diambil intisarinya saja. Setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber.



## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**



#### **1. Sejarah Sindo Wisata Madiun**

Pada awal berdirinya Sindo Wisata bernama Saudi Indo Wisata didirikan oleh tiga orang rekan, dua orang rekan sejawat bernama H. Ahmad Yani dan H.S.A. Rahman, Lc sesama alumni Al-Azhar Cairo Mesir dan seorang rekan pengusaha bernama H. Eeng Juhenda. Pada masa perkuliahan Era 80-an hingga tahun 90-an mereka sering di Rekrut oleh pemerintah Indonesia sebagai petugas musiman pada saat musim haji tiba, tidak lama setelah seiring mendapat tugas dari pemerintah Indonesia melayani jamaah haji pada musim haji, mereka berkenalan dengan PT. Tiga Utama salah satu tour dan travel terbesar yang melayani umroh dan haji khusus pada saat itu.

Setelah kembali di Indonesia pada akhir 1990-an hingga awal tahun 2000-an mereka membuka usaha biro perjalanan umroh dan haji bekerjasama dengan berbagai pihak, hingga sampai pada satu kesimpulan pada tahun 2004 mereka membuka usaha sendiri dibidang pelayanan umroh dan haji khusus dengan nama Saudi Indo Wisata yang disingkat menjadi Sindo Wisata.

Setelah mengalami kemajuan, walaupun tidak jarang mengalami kesulitan, para pendiri Sindo Wisata yang pada saat itu bernama Saudi Indo Wisata menetapkan menggunakan nama SINDO WISATA TRAVEL sebagai Brand Image, pada tahun 2011 dihadapan Notaris Rosdiana, SH. Di Bekasi dengan Nomor : 01,Tanggal 02 April 2011 dengan pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM RI No. AHU-20834.AH.01.01 Tahun 2011, Tanggal 26 April 2016 secara resmi mengalami perubahan nama hingga saat ini.

PT. Sindo Wisata Travel telah resmi memiliki izin dari Kementerian Agama RI sebagai Penyelenggara Umroh pada tahun 2012 dan telah diperpanjang dengan SK No. 323 Tahun 2015 dan Penyelenggara Haji Khusus dengan SK No. 437 Tahun 2015. Ijin IATA sebagai license untuk penjualan tiket dalam dan luar negeri, Anggota ASITA sebagai mitra dalam penjualan paket inbound dan tour dalam negeri. Mempunyai kontrak dengan Perusahaan Arab Saudi PT. MANABIRUL HAMRA untuk memproses dan mengissued visa umrah ke Saudi Arabia.

Sedangkan keberadaan Sindo Wisata di Madiun mulai operasional menerima pendaftaran haji khusus dan umroh mulai tanggal 5 Maret 2012. Pada tahun 2015 Sindo Wisata Madiun memperoleh surat penunjukan perwakilan resmi dari Sindo Wisata pusat. Hal tersebut dilaksanakan setelah Sindo pusat menimbang dan mempelajari tentang pengembangan usaha PT. Sindo Wisata Travel nomor izin kemenag no: D-692-2012, yang dipandang perlu adanya perwakilan daerah-daerah di seluruh wilayah Republik Indonesia. Direksi dan

Dewan Komisaris pada saat itu telah menunjuk Drs. H. Ulul Azmi, SH. M.Hum sebagai perwakilan PT. Sindo Wisata Travel untuk wilayah provinsi Jawa Timur, khususnya Madiun dan sekitarnya dengan kewenangan dan tugas sesuai arahan Sindo Wisata Pusat. Dengan itu, Sindo Wisata Madiun memiliki kewenangan untuk mewakili kantor pusat dalam melaksanakan kegiatan operasional perseroan di wilayah Provinsi Jawa Timur khususnya di Madiun. Sindo Wisata Madiun juga berwenang mempromosikan dan memasarkan produk perusahaan yang telah ditetapkan kantor pusat.

## **2. Visi dan Misi Sindo Wisata**

### **a) Visi**

Mewujudkan Kenyamanan dan kekhususan para jamaah dalam beribadah adalah keutamaan pelayanan kami.

### **b) Misi**

- 1) PT. Sindo Wisata Travel membimbing dan mengantarkan tamu Allah untuk menunaikan ibadah Haji dan Umrah bersama, meraih kesempurnaan ibadah dalam nuansa khusyu' yang penuh kekeluargaan.
- 2) PT. Sindo Wisata Travel menyempurnakan ibadah jamaah melalui pembekalan pengetahuan tentang tatacara ibadah yang sesuai syariat dan bimbingan yang intens dari para muthowif yang berpengalaman.
- 3) PT. Sindo Wisata Travel membantu dan memudahkan masyarakat dengan pelayanan dalam kepariwisata.

- 4) PT. Sindo Wisata Travel selalu meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh sumberdaya manusianya demi mencapai tujuan.

### 3. Struktur Organisasi



### 4. Manajemen Sumber Daya Manusia

PT. Sindo Wisata Madiun memiliki beberapa bagian dari struktur organisasi dengan sumber daya manusia di dalamnya. Sindo Madiun sebagai lembaga perwakilan dari Sindo Wisata pusat memiliki pimpinan cabang, muthawif, dan karyawan yang sudah memiliki kualifikasi sesuai penempatan analisis jabatan masing-masing. *Pertama*, Pemimpin Sindo Wisata Madiun tidak sedikit memberikan ide-ide program dan kualifikasinya untuk diterapkan di biro tersebut. salah satu programnya yang dikenal unik oleh

jamaah mereka adalah program “umroh rasa haji”. Hal ini menunjukkan bahwa pemikiran dan penetapan program dari pemimpin atau manajer cabang ini sangat memiliki pengaruh dalam proses perekrutan jamaah.

*Kedua*, muthawif atau pembimbing yang terdapat di Sindo Wisata merupakan orang-orang yang sudah berpengalaman dalam memandu. Selain itu keilmuan para muthawif sudah tidak diragukan lagi dengan bukti berhasilnya mereka memandu jamaah baik haji ataupun umroh sebelumnya. Terdapat dua jenis muthawif yang ada di Sindo Wisata Madiun, yaitu muthawif dari dalam negeri dan muthawif dari tanah suci.

*Ketiga*, staf-staf (accounting, administrasi, dan marketing). Staf tersebut merupakan orang-orang pilihan yang mampu melaksanakan pekerjaan sesuai analisis jabatan mereka. Semakin berkembangnya teknologi, tidak menutup kemungkinan suatu perusahaan memperoleh peralatan ataupun media baru. Oleh karena itu, Sindo Wisata juga melakukan pelatihan kepada stafnya untuk dapat mengoperasikan media baru tersebut. Seperti pengadaan reserver yang baru saja diadakan, staf Sindo Wisata diajarkan pengoperasian alat tersebut, sehingga mereka selain mendapatkan wawasan baru namun juga dapat membantu bagian atau jabatan lain perusahaan untuk pengoperasian alat tersebut.

## **5. Manajemen Keuangan**

PT. Sindo Wisata Madiun ini merupakan perusahaan profit yang berorientasi mencari laba, walaupun pada aktivitasnya adalah ibadah. Strategi yang digunakan Sindo untuk untuk mendapatkan laba seoptimal mungkin adalah dengan meningkatkan kualitas program-program serta fasilitas yang disediakan kepada jamaah. Biro ini terkenal sebagai travel yang tidak murah, namun masih terdapat banyak jamaah yang melaksanakan ibadah haji dan umrohnya bersama Sindo.

Strategi diferensiasi program “Umroh rasa haji”, kualitas pelayanan mulai dari manasik, pemberangkatan, pemilihan pesawat yang pasti Saudi Air Line, pelaksanaan, serta pemulangan, dan fasilitas-fasilitas berkualitas yang ditawarkan memiliki nilai tersendiri dalam memperoleh jamaah. Manajemen harga yang ditawarkan dengan fasilitas tersebut terlihat lebih mahal dibandingkan dengan travel lain, namun bagi jamaah yang mempertimbangkan kenyamanan dan keamanan beribadah akan banyak memilih beribadah bersama Sindo.

Untuk menjaga keamanan keuangan jamaah, ketika diperkirakan uang tersebut sudah bernilai besar maka pihak Sindo akan segera menyetorkan uang tersebut kepada bank. Manajemen keuangan mulai dari penggajian karyawan, pembelian ATK, dan semua jenis uang keluar masuk dicatat secara rinci. Selain itu pihak accounting dapat menyetorkan laporan keluar masuk tersebut pada akhir pertemuan pada hari itu (sore hari) setiap hari.

## 6. Manajemen Operasional dan Produksi

Pelaksanaan operasional di Sindo Wisata diwujudkan dalam bentuk program-program unik yang diberikan Sindo Wisata kepada jamaah atau konsumennya. Setiap program memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Kurangnya perencanaan dan pengendalian terhadap program yang dibuat akan dapat berakibat kerugian bagi perusahaan ini. Perlu strategi tertentu dalam pemasaran produk, program promo, dan lain sebagainya. Untuk pengembangan perusahaan dalam jangka panjang, perlu adanya pelatihan dan pengembangan SDM, pembinaan karir, pengembangan produk.

---

### STRATEGI OPERASI PT. SINDO WISATA MADIUN

<b>BIAYA</b>	Menghasilkan produk dengan biaya sesuai dengan kualitas. Jamaah haji umroh Sindo yang mementingkan kualitas keamanan dan kenyamanan dibandingkan dengan besarnya biaya yang dikeluarkan.
<b>KUALITAS</b>	Menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Beberapa kualitas produk dari Sindo Wisata, mulai dari kualitas pelayanan administrasi, kesopanan dan ketanggapan petugas, pemilihan hotel (hotel bintang 4 dan 5), pesawat (pasti Saudi Air Line), pengadaan alat reserver untuk jamaah, pengamanan dari kepolisian, adanya program “umroh rasa haji”.

<b>KECEPATAN</b>	Petugas memberikan layanan secara cepat dan tepat kepada jamaah. cepat dalam merespon jamaah, memberikan informasi, dan memenuhi kebutuhan jamaah.
<b>VARIASI</b>	Memberikan layanan bervariasi sesuai kebutuhan atau permintaan jamaah. Seperti dalam proses pembuatan paspor, pemilihan lokasi suntik meningitis, dan pengadaan waktu untuk manasik.
<b>INOVASI</b>	Mengenalkan produk baru. Sindo Wisata Madiun memiliki program “Umroh Rasa Haji”. Setiap jamaah umroh dari Sindo Madiun disamping untuk beribadah Umroh, namun mereka juga diajak untuk manasik haji langsung dilokasi, di Musdzalifah dan Mina, serta di ajak melempar jumroh.

## 7. Manajemen Pemasaran

Bentuk manajemen pemasaran yang digunakan oleh SindoWisata Madiun adalah dengan cara bekerjasama dengan media televisi JTV. Hal tersebut dilaksanakan sejak tahun 2012. Bentuk kerjasama dari Sindo dengan JTV berupa perjanjian kesepakatan yang saling menguntungkan setiap perusahaan.

Seluruh kegiatan Sindo Wisata mulai manasik, pemberangkatan, kegiatan di tanah suci, sampai kepulangan jamaah diliput oleh JTV Madiun. Penayangan kegiatan Sindo di JTV ini mampu menarik perhatian beberapa konsumen baik dari Madiun maupun daerah sekitarnya yang masih terjangkau siaran JTV Madiun. Selain Sindo Wisata, JTV juga memiliki keuntungan dengan adanya kerjasama ini. JTV mampu menghadirkan



program rutin di channel mereka dan setiap pemberangkatan umroh Sindo Wisata, satu kru JTV wajib ikut dengan biaya gratis untuk beribadah sekaligus memenuhi tugas untuk meliput seluruh kegiatan jamaah di tanah suci. Selain diliput langsung oleh JTV Madiun mulai dari manasik, selama perjalanan pulang pergi, dan selama kegiatan ibadah di Tanah Suci, program tersebut juga tayang di akun youtube JTV Madiun **Ketik : umroh bareng sindo wisata.**

## **B. Penyajian Data**

Dalam penyajian data ini, peneliti memaparkan fakta-fakta yang terjadi selama penelitian berlangsung, baik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal tersebut dilakukan peneliti untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti tentang evaluasi program yang terdapat di Sindo Wisata Madiun. Disini peneliti akan meneliti 5 informan yang termasuk dari karyawan Sindo Wisata Madiun.

Adapun keterangan coding adalah sebagai berikut:

NR 1: Narasumber Satu, *Branch Manager Sindo*

NR 2: Narasumber Dua, *Marketing Sindo*

NR 3: Narasumber Tiga, *Administration Sindo*

NR 4: Narasumber Empat, *Accounting Sindo*

NR 5: Narasumber Lima, *Group Leader 1 Sindo*

NR 6: Narasumber Enam, *Group Leader 2 Sindo*

NR 7: Narasumber Tujuh, *JTV Crew*

NR 8: Narasumber Delapan, *Customer Umroh*

Sebagaimana data yang diperoleh dari hasil penelitian, peneliti akan menyajikan data untuk menjawab masalah yang diangkat. Adapun data

tersebut meliputi beberapa hal yang diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

### **1. Strategi Diferensiasi Program Umroh Rasa Haji**

Dalam persaingan memasarkan produk perusahaan, Sindo Wisata Madiun menggunakan strategi Diferensiasi. Strategi diferensiasi mendorong perusahaan untuk mampu menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Dengan keunikan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya. Berdasarkan hasil penelitian lapangan dari informan dan observasi menunjukkan bahwa, strategi diferensiasi dari program “Umroh Rasa Haji” yang terdapat di Sindo Wisata Madiun menjadi salah satu hal yang penting dalam keberhasilan perusahaan. Berikut ini peneliti sajikan gambaran program “Umroh Rasa Haji” yang terdapat di Sindo Wisata Madiun.

*sebelumnya saya belum pernah mendengar dari biro-biro lain, baru dengar dari biro sindo wisata. Sangat unik sekali ya karena di biro-biro lain tidak ada program lempar jumrod hanya ada di Sindo Wisata saja. yang istimewa ialah jamaah mampu mempratikan langsung lempar jumrod dan ambil batu nya, jadi terasa seperti haji tapi beda waktunya saja (....) fasilitasnya juga sama dengan haji contohnya seperti transportasi dan di kawal patwal. bedanya dengan umroh biasa ialah jika umroh biasa*

*hanya melihat dari bus atau melewati nya saja tanpa mempratikan lempar jumrod.*  
(NR. 4, 21 November 2019)

*“(...) Umroh tapi langsung melaksanakan praktik manasik di tempat. Jadi untuk orang-orang atau jamaah-jamaah yang akan berangkat haji, itu sudah melaksanakan praktik langsung di tempat. (...) ee ke Arofah dulu. .... Arofah ayo kita ambil kerikil ke Muzdalifah.. jamaah kita ajak ke Muzdalifah ngambil kerikil itu dipraktikkan langsung. Dari Muzdalifah kita ke Mina lempar jumroh.. langsung masuk ke lempar jumroh kee tempatnya. Padahal itu kalau waktu haji kan penuh sesak tetapi kalau karena kita pada saat praktik ya ngglondang sepi pampring. Jadi praktik langsung jadi jamaah itu pada saat mau haji tidak kaget, sudah ada bayangan.. ooh jadi kan kok orang awam belum pernah ke Mekah sama sekali, waktu haji tuh bingung ya kan. Tapi kan kalau karena ikut Umroh di Sindo.. udah nggak biingung. (...) jadi Umroh Rasa Haji ehehehehe (tertawa). Ada manasik haji ya di tempat. Biasanya kita umroh ke dua atau ke tiga disana. Jadi biasanya ngambil-ngambil miqod di ee ji'ronah ya atau Udaibiyah kita langsung ke ituu mampir sekalian ke e mana lempar jumroh. (.....) Kalau biro lain nggak ada. Supaya dia nggak buta ya, istilahnya nggak awam lah. Artinya nanti kalau dia udah nggak bimbingan manasik haji itu dia udah ngeeh gitu (...)”*

(NR. 5, 19 November 2019)

*“Itu saya kalo di travel lain ee saya kira ya nggak tahu.. setahu saya ya di Sindo itu”.*

(NR.6, 19 November 2019)

*(...) saya tertarik memilih Sindo untuk Umroh karena ada program lempar jumroh, selain itu fasilitas yang diberikan Sindosangat baik contohnya memakai receiver. (....) Sebelumnya yaa saya belum pernah tau.. belum pernah dengar ada praktik manasik hajinya di biro manapun, kecuali disini Sindo Wisata (..), makanya ini tertarik ya ini*

(NR. 8, 19 Desember 2019)

Narasumber empat menyebutkan bahwa “Umroh Rasa Haji” merupakan program yang unik. Narasumber tersebut belum pernah mendengar program yang serupa ini di biro yang lain, pendapat ini juga dikuatkan oleh informasi narasumber enam dan delapan. Gambaran dari program ini yaitu, terdapat praktik manasik haji dilokasi tempat jamaah haji melakukan haji. Praktik tersebut diantaranya, jamaah mampu mempraktikkan langsung lempar jumroh dan mengambil batu kerikil seperti yang dilakukan oleh jamaah haji, namun hanya berbeda waktu pelaksanaanya saja. Menurut narasumber empat, di biro lain jamaah hanya diajak melihat-lihat lokasi manasik haji, bukan untuk praktiknya seperti melempar jumroh. Selain itu, fasilitas jamaah umroh Sindo Madiun ini sama seperti fasilitas yang biasanya diberikan oleh jamaah haji Sindo Madiun.

Beberapa fasilitas tersebut diantaranya, pemilihan transportasi dan terdapat pengawalan polisi lalu lintas. Narasumber lima juga menguatkan informasi dari narasumber empat bahwa, “Umroh Rasa Haji” Sindo Wisata Madiun melaksanakan praktik manasik haji ditempat (lokasi manasik haji). Jamaah Sindo Wisata Madiun diajak ke Arafah, Muzadlifah, Mina, dan dilokasi lainnya. Praktik ini biasanya dilakukan setelah umroh pertama atau umroh yang kedua. Narasumber tersebut menyebutkan, bahwa praktik ini dilakukan agar jamaah tidak kaget atau tidak awam ketika melaksanakan haji. Narasumber delapan mengungkapkan ketertarikannya memilih Sindo Wisata Madiun karena mengetahui rangkaian program “Umroh Rasa Haji” berupa praktik manasik dan karena fasilitas yang diberikan.

Strategi diferensiasi merupakan strategi yang dapat menghasilkan keuntungan di atas rata-rata dalam suatu persaingan industri. Strategi ini mampu menciptakan posisi aman untuk kekuatan persaingan yang berbeda dengan strategi keunggulan biaya. Tanpa mengabaikan faktor biaya, strategi ini menjadikan biaya bukan sebagai target utama. Strategi dari diferensiasi yang diterapkan di Sindo Wisata ini menekankan suatu program yang unik, dan dengan fasilitas maupun pelayanan yang bermutu tinggi.

*(...) manasik asli dari Sindo Wisata ya di tempat ee tempat lokasi seolah-olah itu ee beneran tapi hanya sebatas sebagai pengetahuan, itu bukan syarat dari pada umroh.. hanya pengetahuan haji barangkali dii jamaah Sindo tersebut ada yang akan*

*melaksanakan haji sehingga diberi motivasi, diberi pengalaman, diberi apa itu ilmu. Seandainya na akan melaksanakan sampean haji seperti ini. (.....) baru ini pelaksanaan ibadah umroh yang miqodnya start nya itu di Ji'ronah dan Ji'ronah sebelum miqod Ji'ronah.. kita istilahnya manasik.. manasik haji ee diambil dari Arofah kemudian singgah di Mas'aril Harom di Muzdalifah kemudian disitu ada pengambilan kerikil, kita sama aja suruh ngambil kerikil beneran.. tapi tidak banyak.. karena hanya sebagai ilmu.. sebagai syarat biar tahu oo orang jamaah haji itu mengambil kerikilnya di Masy'aril Harom di Muzdalifah... Diisi lingkungan area Muzdalifah sehingga benar-benar jamaah umroh diajak turun seolah-olah eee haji. Itu hanya ilmu aja.. pengalaman aja itu. Sehingga pada saat itu kebetulan ya juga pakai ihrom tapi kan nggak niat apa-apa karena niatnya itu untuk niat umrohnya di Ji'ronah. Setelah selesai pengambilan kerikil dan kerikil pun sudah dibawa, yaa udah poto bersama.. kemudian diberi jugak pengambilan kerikil tersebut biar tahu masyarakat kalau itu seolah-olah ee haji namun sebagai ilmu aja. Kemudian langsung meluncur ke Mina pada saat itu juga namun hanya sejenak sebentar, meluncur ke Mina sebelum nyampe ke lokasi jamarot diberitahu bahwa (...) Kemudian ke lokasi jamarot, itupun tidak serta merta perjalanannya mudah.. tidak semua orang Mekah.. biro-biro lain pun*

*tahu.. kemudian supir Mekah itu tidak semuanya tahu lokasi masuk ke area Jamarot karena apa? semua dipagar oleh besi kkuat.. itu lewat tikus jalan tikus lewat jalan-jalan kecil harus menempuh jalan-jalan yang sulit.. tidak diberi keleluasaan jamaah umroh yang diberangkatkan oleh Sindo diajak melempar apa itu (ehree) jamarot Aqobah sebagai pengetahuan kita juga bilang.... terus setelah itu bahwa rukun haji itu sudah dapat separuh disitu ada Nafar Awal, Nafar Tsani, dan disitu juga ada Tahalul Awal, dan Tahalul Tsani. Tahalul awal dilakukan di ee Mina tersebut (...) Setelah selesai pelemparan kantor kita masuk bis langsung menuju ke arah Ji'ronah.. mengambil miqod di Ji'ronah.. solat ihrom di Ji'ronah.. kemudian niat di Ji'ronah untuk umroh kedua itu.. letaknya disitu. Jamaah umroh Sindo Wisata yang ee saat itu manasik.. we sehingga dikatakan Umroh Rasa Haji. Rasanya bagaimana? yaa pengalaman aja.. tahu aja.. wong rasane rasa di hati.. bukan rasa di lisan.. bukan rasanya di mulut yaa nggak bisa.. OOO pahit getir.. ee ini rasanya kok pait.. rasanya getir seperti Bu Yah ini ee sangat terbantu (...)”*

(NR. 6, 19 November 2019)

*Kalau setahuku belum siih, belum pernah denger sih.. karena yaa mungkin apa ya.. mungkin mas.. (...) karena masuknya kan*



*susah juga.. masuk ke lokasi apa namanya  
lempar jumroh itu kan susah. (...)*  
(NR. 7, 19 November 2019)

Manasik Haji yang dilakukan ketika umroh ini hanya sebatas sebagai pengetahuan kepada jamaah. Narasumber enam memberikan penjelasan mengenai teknis urutan manasik haji dalam “Umroh Rasa Haji”. Jamaah umroh Sindo Wisata diberikan fasilitas untuk melaksanakan praktik manasik haji dilokasi. Manasik haji tersebut bukan syarat dari pada Umroh, tetapi hanya sebagai ilmu pengetahuan tentang haji saja. Ada beberapa miqod yang digunakan untuk memulai umroh, tetapi sebelum melakukan manasik haji ini Sindo bermiqod di Ji’ranah. Sebelum mengambil miqad di ji’ronah, jamaah Sindo diajak bermanasik haji. Jamaah umroh diajak ke Arofah tempat dimana jamaah haji melakukan wukuf, kemudian jamaah diajak ke Mas’aril Harom di Muzdalifah. Di Muzdalifah, jamaah mengambil kerikil-kerikil yang ada disana secukupnya, tidak perlu banyak karena hanya sebagai ilmu pengetahuan dan pengalaman saja. Pada saat itu jamaah umroh sudah memakai pakaian ihrom, tapi belum niat apa-apa, karena manasik haji ini mereka lakukan ketika dalam perjalanan ke Ji’ronah. Untuk niat umrohnya di lakukan di Ji’ronah.

Setelah jamaah selesai melakukan praktik mengambil batu kerikil, jamaah menuju ke Mina. Perjalanan menuju lokasi jamarot tidak mudah. Rute perjalanannya tidak mudah. Tidaksemua orang Mekah mengetahui jalan menuju lokasi Jamarot tesebut. Tidak semua biro-biro lain pun tahu jalan



dan tempat jamarot secara persis. Supir bis yang ada di Makah juga tidak semuanya tahu lokasi masuk ke area jamarot, karena semua dipagar oleh besi kuat sehingga harus melewati jalan tikus atau jalan-jalan kecil untuk sampai pada lokasi Jamarot. Setelah sampai pada lokasi, jamaa diajak praktik melempar jumroh ula, wusto, aqobah. Jamaah Sindo juga diberitahukan bahwa lempar jamarot tersebut hanya sebagai pengetahuan saja.

Dalam hal ini, muthawif menjelaskan kepada jamaah bahwa rukun haji itu sudah dapat separuh dan disitu ada nafar awal, nafar tsani, kemudian tahalul awal, serta tahalul tsani. Tahalul awal dilakukan di Mina. Setelah selesai pelemparan kerikil, jamaah masuk kedalam bis kemudian menuju Ji'ronah untuk mengambil miqod disana. Disana jamaah melakukan sholat sunnah ihrom di Ji'ronah, kemudian niat umroh disitu. Oleh karena hal-hal itulah umroh ini dinamakan Umroh Rasa Haji. Rasanya bukan dilisan dan juga bukan di mulut karena tidak bisa dirasakan degan lidah, tetapi rasanya di hati. Narasumber tujuh juga menjelaskan perihal kesusahan untuk masuk ke lokasi pelemparan jumroh, sehingga tida ditemukan biro lain disana.

## **2. Dimensi Diferensiasi**

Komponen penting strategi diferensiasi itu sendiri berasal dari beberapa dimensi diferensiasi.

### **a. Diferensiasi Produk,**

Perusahaan yang mampu menciptakan produk baru yang unik, istimewa, dan berbeda dari pesaing lain akan dirasakan oleh pelanggan.

*manasiknya empat kali.. di Asrama Haji.. kemudian yang kedua nanti pada waktu apa eeee praktik juga ada lempar hajinya apa lempar jumarot.. ada ngambil batu. (...) orang yang haji betul kan dikawal polisi lalu lintas, maka sayapun dari kota Madiun ini dikawal polisi lalu lintas pulang maupun pergi walaupun satu bis kita kawal.. (satu)..yang (kedua) busnya pun saya milih untuk haji itu Kalisari yaaa saya pilih Kalisari.. (...) pesawatnya apa Jawa Timur? Seluruhnya adalah diborong Saudi Arabia sehingga saya harus mengambil Saudi Arabia pesawatnya. Kemudian gelombang satu itu biasanya ke Medinah yaa saya yang langsung Medinah walaupun set-nya habis bulan itu ya saya cak anggur (....) opoo mundur tapi Saudi Arabia yang turun Medinah asli. Aaaa di Medinah asli, di Medinah itu kan dekat haaa itu kegiatannya antara lain disamping kebanggaan sholat di Masjid Nabawi yang pahalanya ee seribu kali ya ta. (....) Berangkat ke Mekah disana ini hotelnya itu tidak di reguler tapi di Haji ples mana? di Grand Zam-zam. Grand Zam-zam itu banyak.. ada Rektaz Hotel Rektaz, ada Polman, ada Swiss, Al Maqom, ada apa itu Mufenfiq, itu terserah nanti yang kosong kita ambil situ, setelah itu nant okeei kita melaksanakan Towaf, Towaf, Sa'i, Tahalul, selesai umroh yang pertama.Yaa kemudian ziarah-ziarah disekitar Masjidil Haram itu ya ke Jabal Nur, Jabal Tsur, ke Jabal*

*Rahmah, disamping nanti ke miqod-miqod ke tempat miqod. Umrohnya minimal tiga kali. Kalau yang Program empat belas hari empat kali, dari Tan'im, Ji'ronah, Hudaibiyah, dan Bir Ali tadi jadi empat kali. Kalau yang program sepuluh hari tiga kali saja dari Bir Ali, dari Ji'ronah, dan Tan'im. (....) Nanti ambil kerikil 21 kerikil nanti disana. Yang pertama lempar yang tujuh kali ya di Aqobah itu apa lempar jamarot di jumrotul Aqobah kemudian melempar lagi berikutnya Ula, Wusto, Aqobah 21 kerikil itu tujuh kerekil di Ula, tujuh kerikil di Wusto, tujuh kerikil di Aqobah itu hari tsyriq. Itu kita praktikkan seperti kaji, terus kita bawa ke Mesjid Baiatul Aqobah, itu Aqobah 1, Aqobah 2 dimana Rasulullah membaiaat e.. kaum Ansor yang e.. (.....) Oo Ndak ada.. nggak ada.. nggak ada saya waktu ke jumrot nggak pernah petok biro lain itu disana. Kenapa biro lain itu nggak kesana? Karena memang biayanya tambah kan malahan. Saya harus memberi uangnya uang tip kepada supir nya, uang tip kepada mutawifnya karena ngantar kesana diluar program ya kemudian sewa busnya ditanggung dari Sindo Madiun sendiri itu yang jadi masalah kan biro-biro lain Ndak. Kan jalannya itu tertentu, kan ditembok semua di ini semua saya tahu karena pengalaman saya tempatnya saya tahu dan langganan busnya itu-itu saja ya jadi tahu maksud saya gitu itu.(...)”.*

(NR.1, 7 Oktober 2019)

*Hajinya itu biasanya nanti umroh terakhir, umroh ketiga kalau sepuluh hari.. kalau dua belas hari umroh ke empat. Jadi nanti praktik hajinya itu nanti dari.. kita langsung ke Mina ditunjukkan kesana nanti di Muzdalifah.. Mina.. Arofah dulu, Arofah, Mina, terus ke Muzdalifah kita praktik juga nanti ambil kerikil disana. Setelah dari Muzdalifah nanti mampir di Masjid Baiat itu. (...) melaksanakan praktik lempar jumarot disana. Jadi bagi jamaah-jamaah yang belum haji yang tidak sempat haji itu biar tahu kalau e..haji itu tambahannya ini nii ni nii biar praktik sekalian disitu tujuannya itu kalau yang mungkin tidak memungkinkan untuk haji.. umroh lah kan sewaktu-waktu bisa. Kalau haji kan ya namanya manusia kan ndak ada yang tahu faktor usia, faktor sakit, faktor..*

(NR.2, 6 Oktober 2019)

*lain itu ada umroh rasa Haji atau umroh yang bisa praktik langsung mengambil kerikil di Muzdalifah dan lempar jumroh di mina saya belum pernah dengar. Hanya di biro wisata aja yang jamaahnya bisa praktik langsung mengambil kerikil di Muzdalifah dan lempar jumroh di mina jadi walaupun umroh tapi sudah bisa langsung praktik untuk manasik haji nya (...) Dan pasti umroh nya itu sedikit waktunya, di Biro kami meskipun hotelnya mahal tapi*

*kan semuanya VIP, fasilitasnya juga pas juga oke pesawatnya juga tidak transit kita sudah menggunakan pesawat Saudi Airlines, untuk hotelnya Kita sudah bintang 4 dan bintang 5, Jadi kalau di Madinah itu 50 km dari Masjid Nabawi, kalau di Mekkah di Grand Zamzam hotel yang ada jamnya itu jadi dekat turun langsung Masjidil Haram, kalau biasanya Jamaah laki-laki itu berada di lantai 9 kalau yang perempuan itu di lantai 10.”*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

*Transportasi nya menggunakan bus kalisari yang biasanya juga di gunakan oleh haji, bus nya sangat nyaman sekali, untuk hotel nya pun yg di makkah menggunakan hotel bintang lima atau grand zam-zam jaraknya sangat dekat dengan masjidil haram sedangkan di madinah menggunakan hotel bintang empat, meskipun satu kamar di isi dua orang tapi kasurnya tetap enak, enaknya di situ.*  
(NR. 4, 21 November 2019)

Narasumber 1 menjelaskan beberapa produk dari Sindo Wisata Madiun. Pertama, manasik dilakukan sebanyak empat kali. Kedua, ada praktik mengambil kerikil dan melempar jumroh. Ketiga, sejak keberangkatan menuju bandara hingga kepulangan jamaah umroh dikawal oleh polisi. Keempat, menggunakan bus Kalisari. Kelima, pesawatnya Saudi Airline, langsung menuju Madinah (tanpa translit di negara lain).

Jamaah umroh di Madinah penginapannya dekat dengan Masjid Nabawi. Sedangkan untuk Mekah, hotelnya berada di Grand Zam-zam. Setelah selesai umroh pertama, jamaah di ajak ziarah-ziarah disekitar Masjidil Haram, seperti ke Jabal Nur, Jabal Tsur, Jabal Rahmah, dan ke tempat-tempat Miqod, Ji'ronah, Hudaibiyah, Bir Ali, dan Tan'im.

Jamaah Umroh diajak praktik manasik haji. Jamaah mengambil 21 kerikil disana. Melempar jumrotul Aqobah di jumrotul aqobah sebanyak tujuh kali, kemudian berikutnya melempar lagi Ula, Wusto, Aqobah 21 kerikil dengan masing-masing tujuh. Setelah jamaah umroh diajak praktik manasik haji, jamaah akan dibawa ke Masjid Baitul Aqobah.

Ketika berada di lokasi jamarot, narasumber 1 tidak bertemu dengan biro-biro lain disana. Menurut narasumber, biro lain tidak ada disana karena ada beberapa pertimbangan. Untuk dapat mengadakan perjalanan ke lokasi jamarot, pimpinan harus memberikan uang tip kepada muthawif dan supir bus karena mengantar di luar program. Selain itu, sewa busnya ditanggung dari Sindo Madiun sendiri. Pimpinan Sindo Madiun mengetahui jalan menuju lokasi jamarot karena sudah berpengalaman dan busnya sudah langganan jadi tahu kalau Sindo akan melakukan praktik manasik di lokasi.

Pelaksanaan manasik haji biasanya berada i Umroh terakhir. Menurut Narasumber 2, hal tersebut dilakukan agar jamaah tahu antara perbedaan pelaksanaan haji dengan umroh. Menurut Narasumber 3, hanya di Sindo Wisata jamaahnya bisa langsung praktik mengambil

kerikil di Muzdalifah dan melempar jumroh di Mina. Menurut narasumber 3 dan 4, walaupun niayanya mahal tetapi Sindo memberikan fasilitas serba VIP baik transportasi maupun hoelnya.

Narasumber 1,2, 3,dan 4 memberika pemaparan mengenai produk “Umroh Rasa Haji” Sindo Wisata Madiun. Mulai dari manasik, Sindo Wisata melakukan manasik minimal tiga sampai empat kali. Fasilitas umroh yang ditawarkan merupakan fasilitas yang biasa diberikan kepada jamaah haji. Beberapa fasilitas yang dimaksud adalah pengadaan pesawat yang pasti menggunakan pesawat Saudi Airline yang tida transit, berangkat dikawal polantas, fasilitas hotel bintang empat dan lima, menggunakan bus Kali Sari seperti yang biasa digunakan oleh jmaaah haji.

Diferensiasi produk. Kemampuan perusahaan dalam menghadirkan produk dengan desain yang uinlk akan menjadi pembeda dan keunggulan dari perusahaan tersebut. Sebelum peneliti memutuskan untuk meneliti fokus diferensiasi ini, peneliti melakukan wawancara via *chat whatsapp* kepada beberapa teman yang sedang meneliti travel lain. Mengenai program umroh yang didalamnya terdapat praktik manasik haji, tidak ada program tersebut di biro-biro yang mereka teliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa program “Umroh Rasa Haji” Sindo Wisata Madiun ini memang produk berbeda dan unik jika dibandingkan dengan biro travel lainnya.

b. Diferensiasi Pelayanan

Pelayanan yang baik perlu dilakukan oleh



perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

*Haa begini.. Umroh Rasa Haji (...) Nah waktu pelayanannya keberangkatannya pun.. berangkat itu ya dari asrama haji kemudian dengan ritualnya ada sholawat, disitu ada istighosah, (....) bironya-bironya dan saya selaku pimpinan Sindo Wisata. Masing-masing jamaah mendapatkan satu, foto ha apa beground Masjidil Haram jadi potonya asli disana nanti diedit disini dijadikan foto itu nanti dapat itu. Yang kedua nanti mendapat air zamzam pada umumnya 5 liter, sertifikat, kemudian yang satunya foto itu.(....) Ndaaak.. karena hanya lima hari ya di Mekah. Begitu datang kan langsung umroh pertama itu dari Bir Ali nanti istirahat . Hari ke tiga itu pada waktu ziarah ke Mina ,yaa ke Ji'ronah kemudian kain ihram sekalian itu mampir kesana kan nglewati ya nah itulah yang dilakukan disana. Hari itu ketiga biasanya melempar jamarot itu. Kalo nglempar jamarot hari Jum'at pas rame nanti kita ajukan hari dua hari ketiga jadi lihat situas*

(NR.1, 7 Oktober 2019)

*(...) Perjalanannya juga langsung, tidak transit nah ini tidak transit pesawatnya juga milih yang besar yaitu antara Garuda dan Saudi, tapi akhir-akhir ini*



*pakek Saudi terus kecuali Saudi ada trouble nggak bisa mendarat (....) Terus hotelnya juga pilih cari yang dekat, yang terdekat baik di Madinah maupun di Mekah terus makannya sudah prasmanan losss disana sudah nggak bakalan kurang.. mungkin kalo umroh-umroh nggak usah sangu. Saya aja bawa uang masih utuh, disana mau beli apa wong barang-barang disana.dari sini sudah ada semua.*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Kita mensiasatinya dengan fasilitas yang diberikan ada harga ada rupa, Jadi harganya mahal fasilitas dan pelayanannya itu juga plus atau VIP semuanya juga oke, jadi Jamaah itu merasa nyaman tidak khawatir, dan enak lah pokoknya tapi kita mengutamakan Jamaah itu merasakan kepuasan dan di hatinya Membekas.(...) Alat transportasi nya nanti waktu pulang juga nanti kejadiannya itu menggunakan bis nanti pesawatnya take off dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya sampai 10 jam habis Juanda nanti sudah kita alat transportasinya juga yaitu bus kita jemput terus nanti untuk kepulangannya ke Madiun dikawal oleh Polantas jadi dijamin Nanti Aman, terjaga, tidak usah khawatir Kalau ikut Sindo karena dikawal oleh Polantas jadi kalau di perjalanan ada apa-apa kita tidak usah*

*khawatir.(...) pelayanan-pelayanan nya sendiri di PT Sindo wisata itu mulai dari jamaahnya baru datang dari luar kita langsung sambut ke depan pintu mempersilahkan masuk terus habis itu kita persilahkan duduk setelah persilahkan duduk langsung kita beri air minum beserta makanan ringan sama permen biar bisa di makan sambil kita ngobrol biar lebih enak dan rileks terus selain itu kita memperlakukannya dengan Prima dengan baik kita nyum kita sapa agar keadaannya lebih cair tidak tegang terus kita Terangkan dengan ramah kita Jelaskan sebaik mungkin sejelas mungkin agar jamaahnya itu paham dan percaya dengan biru kita kalau biru kita itu terpercaya berkualitas tidak-tidak Biro yang apa ya menipu jamaah nya itu akan datang disambut dengan baik dilayani dengan ramah baik itu nanti pasti akan Membekas dan senang Oh begitu ya pelayanannya baru pelayanannya sudah Oke gimana dengan program-programnya pasti juga oke gitu itu selain itu untuk minumannya kita juga tawarkan mau minum kopi atau minum teh juga kita sediakan air zam-zam apabila jamaah ingin minum air zam-zam karena biru kita adalah Biro haji dan umroh pasti identik dengan air zam-zam.*

(NR.3, 6 Oktober 2019)

*(...) pelayanan nya sangat memuaskan karena semua perlengkapan umroh didapat dr biro sindo wisata dan juga ada manasik umrohnya”.*

(NR.4, 21 Oktober 2019)

Teknis pemberangkatan jamaah umroh Sindo Wisata, mulai dari pemberangkatan dari asrama haji, kemudian diiringi sholawat, dan istighosah. Menurut narasumber 1, setiap jamaah akan mendapatkan foto, sertifikat, dan air zam-zam. Menurut narasumber 2, pesawat yang digunakan Sindo tidak transit. Selain itu Sindo juga memilihkan hotel yang dekat dengan lokasi ibadah. Narasumber 3 menjelaskan mengenai pelayanan Sindo terhadap jamaah yang mendaftar di kantor. Jamaahnya baru datang dari luar, karyawan Sindo langsung menyambut ke depan pintu mempersilahkan masuk, setelah itu mempersilahkan duduk dan disugahi air minum beserta makanan ringan ataupun permen. Hal tersebut dilakukan agar jamaah lebih enak dan rileks dalam proses tawar menawar produk. Karyawan Sindo memperlakukan jamaah dengan prima dengan senyum agar keadaannya lebih cair tidak tegang. Menurut narasumber 4, pelayanan yang diberikan Sindo memuaskan. Hal tersebut karena mereka dari jamaah mendapatkan perlengkapan yang sesuai dan juga program Sindo ada manasik hajinya.

Ketika Narasumber 1, 2, 3, dan 4 menjelaskan beberapa fasilitas dan pelayanan yang didapatkan oleh konsumen Sindo Wisata

Madiun. Mulai dari awal pendaftaran, masuk kantor disambut dengan sambutan khas dari Sindo Wisata Madiun, fasilitas yang diperoleh, dan perlengkapan yang diperoleh oleh konsumen Sindo Wisata Madiun.

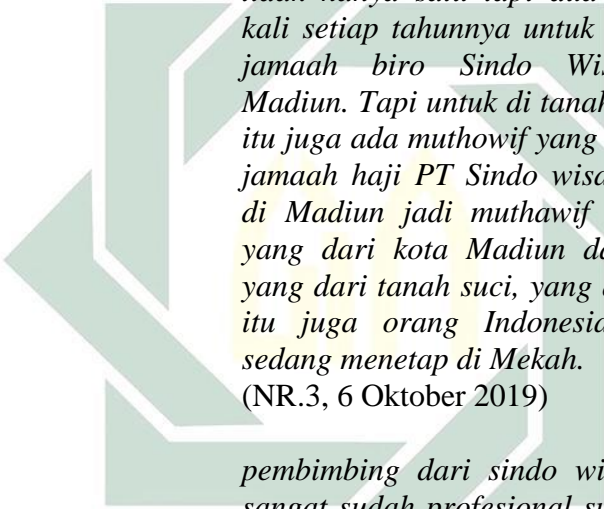
c. Diferensiasi Personil

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang kuat dengan mempekerjakan dan melatih orang-orang dengan lebih baik.

*Ada... Kalau yang dari sini itu hanyalah pembimbing atau pendamping pasti ada itu. Nah nanti selain dari sini pendamping atau pembimbing itu.. nah sebetulnya pembimbing dari sini pun sudah mumpuni karena sudah pengalaman semua dari sana Pak Ansori, Pak Zainal, Pak Ulul itu sudah itu itupun pembimbing haji semua sudah hafal tapi ya mungkin sambil apa ya biar lebih apa ya lebih jelas lagi lah itu mungkin nanti disana juga ada muthowif nya, dicarikan muthowif dari biro yaa dari Sindo(...)*

(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Menurut saya itu untuk muthowif atau pembimbingnya yang di Sindo wisata di Madiun ini yang bekerjasama dengan PT Sindo wisata ini menurut saya luar biasa, pengalamannya Oke orangnya*



*juga tanggap komunikatif kreatif dan orangnya ramah-ramah kalau diajak ngobrol atau apa ada sesuatu keluhan bisa membantu dan sikap dalam menangani jamaah dan dijamin ilmu pengetahuannya itu sudah pengalaman berpengalaman pengalaman sekali karena setiap tahun itu pasti berangkat tidak hanya satu tapi dua sampai tiga kali setiap tahunnya untuk membimbing jamaah biro Sindo Wisata Travel Madiun. Tapi untuk di tanah suci sendiri itu juga ada muthowif yang membimbing jamaah haji PT Sindo wisata yang ada di Madiun jadi muthawif nya itu ada yang dari kota Madiun dan ada juga yang dari tanah suci, yang di tanah suci itu juga orang Indonesia tapi yang sedang menetap di Mekah.*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

*pembimbing dari sindo wisata sangat-sangat sudah profesional sudah berkali-kali melakukan umroh atau haji jadi sudah mempunyai pengalaman untuk disampaikan kepada jamaah sebagai pembelajaran*  
(NR. 4, 21 November 2019)

Berdasarkan wawacara dari narasumber 2,3, dan 4 menyatakan bahwa personalia yang dimiliki oleh Sindo Wisata telah, mumpuni, terlatih, dan profesional. Pembimbing umroh yang terdapat di Sindo Wisata telah memiliki

pengalaman dalam membimbing umroh. Selain muthawif dari Indonesia, di Tanah Suci juga terdapat muthawif yang ditugaskan untuk membimbing jamaah umroh Sindo di tanah suci. Muthawif tersebut merupakan warga negara Indonesia yang sedang menempuh pembelajaran di sana yang sedang menetap di Mekah.

d. Diferensiasi Saluran

Pada umumnya perusahaan yang mencapai keunggulan bersaing diperoleh melalui cara mereka merancang saluran distribusi, terutama menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut.<sup>62</sup> Langkah pembedaan melalui cara membentuk saluran distribusi, jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.

*Naaah strategi.. apalagi disiarkan di JTV Madiun pagi-sore. Haaa aa.. kedua kita itu siaran langsung kadang-kadang. Di Jtv misalnya saya melaksanakan lempar jumrot ya.. kita disana yang dua belas kalau tepat disini jam empat. Nah nanti akan disiarkan langsung mukaku saya ketok jamaah kelihatan mbalang jumroh yaa siaran langsung yaa itu bisa.*

(NR.1, 7 Oktober 2019)

---

<sup>62</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 389.

*Jadi jaraknya juga diatur sih, jarak ke hotelnya kan juga dipastikan itu paling satu blokan.. ada seratus sampai dua ratus meteran aja dari titik Nabawi maupun dari Masjidil Haram. Apalagi kalau umroh.. umroh plus nya itu malah di Grand Zam-zam nya juga kayak gitu.*  
(NR. 7, 19 November 2019)


Narasumber 1 dan 7 menunjukkan bahwa, Sindo Wisata bekerja sama dengan beberapa pihak seperti JTV dan pihak penyedia hotel untuk mempersiapkan fasilitas jamaah.

e. Diferensiasi Citra

Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produk.<sup>63</sup> Perbedaan persepsi atau pemikiran yang dimiliki masyarakat terhadap sebuah perusahaan atau disebut dengan citra dapat dijadikan sebagai strategi pemasaran diferensiasi. Oleh karena itu citra yang dimiliki sebuah perusahaan seharusnya selalu memiliki sifat positif di mata masyarakat. Hal tersebut karena masyarakat akan selalu percaya dan menggunakan produk atau jasa tersebut kembali.

---

<sup>63</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 389.



*Mulai dari sampai dengan apa eeee pemberangkatan kemudian di pesawat, bandara, Sampek tiba kegiatan di Mekah Madinah semuanya diliput oleh JTV dan disiarkan eee ke tiap pagi dan sore kegiatannya sehingga jamaah itu yang ada di rumah itu keluarganya bisa menyaksikan keluarganya yang sedang melaksanakan umroh itu..hotelnya bintang apa? Kita kan bintang lima.. Medinah nya bintang empat. Terus kegiatannya apa? ini ini ini ini, fasilitas nya apa? Nah ini fasilitasnya mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki itu semuanya dapet kecuali sandal yang nggak ya.. mulai kalo bapak-bapak songkok.. dapat sleyer..dapat opoo pakaian ihram dua helai itu.. sabuknya, kemudian dapat tas koper, kemudian tas paspor. Kalo ibunya? Itu ada kain batik kan? Ibuknya ya sama.. jilbabnya dua malahan hijau sama putih 'kain ihram dia ndandani Dewe tapi ya, kemudian kain batik.. kain batik terus apalagi untuk ibuk-ibuk sleyer.. yaa semua lengkap ya.*

*(NR.1, 7 Oktober 2019)*

*Selain Pembimbing dari JTV atau leader yang kita sebut leader itu kita juga ada leader dari kru jtv yang selalu meliput mulai dari manasik, mulai dari kegiatan-kegiatan di tanah air sampai di tanah suci, kegiatan apa saja yang dilakukan*



*di tanah suci sampai kepulangannya itu selalu diliputi JTV karena kita bekerjasama dengan kabiro JTV Jadi selain tadi leader dari sindonews sendiri juga dari krunya JTV. Juga ada leader atau muthawif dari tanah suci.*

(NR. 3, 7 Oktober 2019)

*iya.. kita selalu jadi baik manasik tetep kita ee kalau kita tayangkan terus ya. Apalagi dulu pas waktu kita masih mbrabding Sindo Wisata dan JTV ini nanti ya kita terus post untuk fasilitas-fasilitas itu kayak ditayangkan, kayak ada fasilitas haji disana. (...).*

(NR. 7, 19 November 2019)

Narasumber 1 menjelaskan, kegiatan umroh sindo Wisata Madiun mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan ditayangkan oelh JTV Madiun. Keluarga dari jamaah umroh yang ada di rumah dapat menyaksikan umroh yang dilakukan oleh Sindo. Narasumber 3 menyatakan bahwa Sindo Wisata telah bekerjasama dengan JTV untuk melakukan peliputan tersebut. Narasumber 7 memberikan penjelasan mengenai keunggulan yang dimiliki oleh Sindo Wisata Madiun yaitu, menayangkan program manasik haji dari Sindo Wisata Madiun. Untuk menciptakan citra yang positif dari kinsumen, JTV mbrabding Sindo Wisata dan JTV ini nanti ya kita terus post untuk fasilitas-fasilitas itu kayak ditayangkan, kayak ada fasilitas haji disana

### 3. Keunggulan Kompetitif

Menurut teori Porter (1985) tentang strategi generik untuk keunggulan bersaing terdiri dari keunggulan biaya (strategi biaya rendah), strategi differensiasi, dan strategi fokus”.<sup>64</sup>

#### a. Cost Leadership (Strategi Biaya Rendah)

Strategi ini menekankan pada upaya memproduksi produk standar (sama dalam setiap aspek) dengan biaya per unit yang rendah. Produk dari strategi ini biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh dengan pergeseran harga atau menggunakan harga sebagai salah faktor penentu keputusan mereka.

*Yaa kita beri programnya itu.. programnya ini ini ini yaa.. programnya dengan fasilitas. Fasilitas dan program biayanya untuk ini ini ini ini. (...) Biar tahu nggak kecewa gitu biar tahu gitu biar tahu.*

*(NR.2, 6 Oktober 2019)*

*Misalkan gini kalo jamaah itu masih mau membandingkan harga, masih mau cari yang murah, langsung kita sarankan ke biro yang lain. Misalkan saya sarankan ke PT e Satria Mandiri yang dua puluh dua juta itu yang lima gratis satu langsung kita sarankan kesitu. Jadi*

---

<sup>64</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 45

walaupun tidak mendaftarkan ke biro kami tetap kita sanrankan untuk yang dicari harga sesuai harganya tadi yang sesuai dengan hatinya atau kemampuannya tadi (...) Iya kalau menurut orang-orang memang biro Kami adalah biro yang termasuk mahal kalau di biro lain itu harganya sekitar 21 sampai 22 kalau di PT Sindo wisata itu harganya harga paket nya saja sekitar 29 juta kalau di bulan Desember atau yang liburan sekolah kalau bulan Ramadan itu sampai 35 sampai 36 jutaan itu biro kami harga paket dari biro kami untuk keseluruhannya ya sekitar kalau yang ditempel di sekitar 20 sekitar 30-an kalau yang November itu sekitar 29 nan lah kalau yang Romadhon itu sampai 38 juta itu tapi walaupun harganya mahal tapi tetap kualitasnya juga VIP kita hotelnya bintang 5 bintang 4 tadi sudah dijelaskan di Madinah itu bintang 4 jaraknya 50 km dari Masjid Nabawi Kalau yang di Mekah itu kita di Grand Zamzam jadi bintang 5 jadi turun langsung halaman Masjidil Haram jadi tidak membutuhkan transportasi (...) Untuk pesawatnya juga kita sudah Saudi Airlines tidak Translate take off nya mulai dari Juanda sampai ke Madinah. Terus pulangnyanya dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya membutuhkan sekitar 10 jam, kami karena mungkin kalau di Biro lain itu kan pesawatnya itu kan bisa transit di Malaysia

*atau Brunei atau di negara lain. Kalau kita menggunakan pesawat Garuda pasti juga kan transitnya di Banda Aceh untuk mengisi bahan bakar karena biro Kami menggunakan pesawat Saudi Airlines, itu jadi kita tidak terjadi mulai dari Juanda langsung ke Madinah itulah keunggulan kami yang dicari oleh Jamaah itu yang tidak transit pesawatnya jadi tidak membutuhkan waktu lama dan juga perjalanannya itu hanya 10 jam kalau menggunakan yang lain atau transit arti kita akan terlantar menunggu. Jama'ah pasti akan mengeluh dan tidak nyaman (...)*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

Berdasarkan sumber yang diberikan oleh narasumber 2 dan 3, harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata ini telah sesuai dengan fasilitas dan program yang diberikan. Berdasarkan observasi yang ditemukan dilapangan,

b. **Differensiation (Strategi Pembedaan Produk)**

Diferensiasi ini bisa dilakukan mulai dari desain, *brand image*, teknologi, fitur, *dealers*, jaringan ataupun pelayanan konsumen. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk dapat menarik minat konsumen sebesar-besarnya.

*Ya itu untuk apa ya tujuannya biar tahu gitu aja*

*dari jamaah itu karena tadi yang tidak apa ya tadi itu Lo tujuannya biar tahu kalo umroh itu syarat rukunnya ini, kalo haji tuh ini ha itu kan perbedaan antara Umroh dan haji itu lha haji itu tambahannya ini ini ini ini nah tambahannya contohnya mungkin nanti pas tanggalnya waktunya kita berangkat ke Arofah e wukuf di Arofah terus kita ke Mina bermalam di Mina terus nanti hari keberapa kita ke Muzdalifah ambil kerikil disana, terus nanti lanjut ke lempar jumroh itu nanti diberi biar tujuannya itu biar jamaah tubuh tahu perbedaan antara haji dan umroh itu. Kalo haji tambahannya ini.. biar nanti yang tidak sempat haji tahu (...) Yaa kalau itu memang diprogram, ya memang itu punya perencanaan punya program dari Sindo sendiri yang nggak ada dari biro lain nggak ada. Dari pusatpun sini nggak tahu ada atau tidak.*

*(NR.2, 6 Oktober 2019)*

*Menurut saya itu adalah program yang sangat unik dan termasuk beda dari biro yang lain, itulah kelebihan ya tadi kelebihan dari Sindo wisata travel yang jamaahnya bisa praktik langsung melakukan mengambil langsung batu kerikil di Muzdalifah dan melempar jumrah langsung di mina, kalau di biro lain itu tidak bisa melakukan itu yang bisa melakukan itu*

*hanya biru Sindo Wisata Travel jadi jamaahnya itu mau daftar haji tidak kaget karena sudah mengetahui rukun rukunnya karena sudah mengetahui lokasi nya juga sudah mempraktikkan untuk melempar jumroh mulai dari jumroh Ula wustho aqobah. Jadi Sudah ketika Haji itu lebih paham menguasai materinya.*

(NR. 3, 6 Oktober 2019)

Narasumber 2 menjelaskan tujuan dari adanya program Umroh Rasa Haji adalah agar jamaah memiliki pengetahuan tentang haji. Program tersebut merupakan program yang unik dan berbeda dengan biro-biro yang lain. Bentuk jenis keunikan ini dibanding produk yang sama dari biro lain antara lain, dapat dilihat dari aspek bentuk program, pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

c. Focus (Strategi Fokus)

Strategi fokus ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan konsumen yang tidak terpengaruhi harga dalam pengambilan keputusannya untuk membeli produk yang tersedia. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, Sindo tidak menggunakan strategi fokus ini dalam menarget segmen pasarnya. Semua program yang terdapat di Sindo Wisata ini di tujukan kepada seluruh kalangan yang berminat dengan programnya dan menyetujui harga yang diberikan oleh Sindo Wisata Madiun.

Dalam buku yang dikutip Nenah, “Lumpkin dan Dess menyatakan bahwa sebuah keunggulan kompetitif ada ketika pelanggan merasakan bahwa produk yang dimiliki perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya”.<sup>65</sup> Keunggulan bersaing dapat dilihat dari tingkat kepentingan kualitas terhadap pasar dan mengkategorikan ke dalam empat tipe.bentuk.sumber daya dalam penciptaan nilai,<sup>66</sup> yaitu:

- a. proses sumber daya yang digunakan untuk menurunkan struktur biaya perusahaan,

*Sindo itu agak mahal dia ribu dua setengah juta dari biro lain. Biro lain paling 27.. 25.. kita 29 sampai 30 juta Lo. Tapi kenapa penuh? tanyak jamaah mesti saurane.. jawaban e kenapa milih Sindo? Yaaa Sindo itu kegiatannya lengkap, yang kedua di Sindo itu ada lempar jamarot nya... Saya kan belum haji saya pengen eroh pengen tahu, terus yang ketiga ada jawaban lainnya karena Umroh tiga kali. Bandingkan kalau tiga puluh juta Umroh tiga kali berarti satu umrohan itu dihargai sepuluh juta kan, kalau biro lain itu sembilan hari tapi umrohnya maksimal dua kali.. sekarang 27 juta kalok umroh dua kali kan hanya 12 setengah juta per umrohan.. haa disitu kelihatan bahwa Sindo eee*

---

<sup>65</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), hal. 45.

<sup>66</sup> Ibid, hal. 45.

*mahal secara fisik tapi setelah tahu kegiatan ternyata lebih murah, bisa melaksanakan umroh tiga kali. Tiga puluh juta Umroh tiga kali per Umroh itu sepuluh juta, kenapa tiga kali? yang satu untuk dirinya Umrotul Islam wajib bagi dirinya, yang kedua untuk membatalkan umroh kan kedua orangtuanya yang sudah meninggal itu Umroh yang kedua untuk bapaknya.. kemudian Umroh yang ketiga untuk ibunya.. itu terserah serahkan pada jamaah itu dibimbing selalu oleh kita”.  
(NR.1, 7 Oktober 2019)*

*(...) Itu kan tergantung fasilitas yang diberikan ya. Kalau fasilitasnya memang cukup baik dan ee dan bisa diterima ya nggak masalah. Apalagi kalau di Sindo kan pasti umrohnya empat kali.. pasti empat kali. (...) Jadi kalau menurutku ya orang umroh itu berapapun besar biaya yang dikeluarkan itu ndak jadi masalah. Yang pertama adalah karena beribadah, yang kedua melihat fasilitas yang ditawarkan dari biro umroh itu. (...)  
(NR.7, 19 Oktober 2019)*

Narasumber 1 dan 7 menyatakan bahwa jamaah tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata Madiun karena fasilitas yang diberikan telah sesuai dengan harga yang ditawarkan.

b. Sumber daya produk untuk meningkatkan kinerja perusahaan



*Nah yang yang jugak ini satu rombongan. Misalkan yang berangkat tiga rombongan ya, setiap rombongan kita didampingi leader-leader anggota tim dari Sindo Wisata Madiun tiap bis. Nah nanti disana Saudi ada ustadz ya sendiri yang memandu pelaksanaan ibadah Tanah Suci. Satu bis diawasi oleh muthowif satu itu orang Indonesia semua juga itu. Jadi yaaa lumayanlah ikut Sindo itu jadi bisa merasakan Umroh Rasa Haji ada lempar jumroh ya ambil batu di Muzdalifah gitu.. lainnya nggak ada itu. (...) Saya harus memberi uangnya uang tip kepada supir nya, uang tip kepada mutawifnya karena ngantar kesana diluar program ya kemudian sewa busnya ditanggung dari Sindo Madiun sendiri itu yang jadi masalah kan biro-biro lain Ndak. Kan jalannya itu tertentu, kan ditembok semua di ini semua saya tahu karena pengalaman saya tempatnya saya tahu dan langganan busnya itu-itulah saja ya jadi tahu maksud saya gitu itu.(...).*  
(NR.1, 7 Oktober 2019)

*E.. dulu pernah ada yang satu kloter empat ratus tiga puluh tujuh sampek saya harus nuntun padahal sudah ada yang usianya sembilan puluh lebih wong saya mendarat di Juanda itu yuuuh sehat semua empat ratus tiga puluh tujuh satu kloter satu pesawat itu dari Sindo semua belum ada dari biro-biro lain yang satu kloter satu pesawat.. dari Sindo pusat pun nggak ada.*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Hanya di biro wisata aja yang jamaahnya bisa praktik langsung mengambil kerikil di Muzdalifah dan lempar jumroh di mina jadi walaupun umroh tapi sudah bisa langsung praktik untuk manasik haji nya (...).*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

*Menurut saya tidak, karena dpt melaksanakan umroh sampai tiga kali di Makkah sana, sedangkan di biro" lain hanya dua kali umroh. Selalu memperbaiki pelayanan dan kualitas kepada jamaah. Karena yg terpenting adl jamaah merasa nyaman ikut umroh melalui sindo wisata".*  
(NR.4, 21 November 2019)

Narasumber 1 menyatakan bahwa, umroh Sindo Wisata Madiun satu sampai tiga rombongan dan terdapat praktik lempar jumroh sehingga dapat dikatakan sebagai Umroh Rasa Haji.

- c. Sumber daya waktu untuk menghantarkan nilai sesuai waktu pasar

*aaa ini.. yaa sana murah kan harus di anu pesawatnya apa? Kadang-kadang kan pesawatnya dia Lion sembilan hari, programnya kebanyakan biro lain itu sembilan hari.. kalok sembilan hari ya bisanya Umroh dua kali.. sama kan. Ini saya minta sepuluh hari sehingga tiga kali umroh. Yang kedua pesawatnya beda mungkin dia Lion Air Asia itu*

*tuturnya Jedah luweh murah lagi satu juta satu juta setengah dibandingkan dengan Saudi Air Line.. kita kan langsung Medinah nya.. menghemat waktu menghemat tenaga.. jadi sepuluh jam seperempat itu sudah mendarat di Madinah kemudian masuk kota kemudian setengah jam sudah langsung hotel.. lah kalo yang Jedah kan memerlukan waktu bisa delapan jam perjalanannya aja enam jam setengah itu kalo lancar kalo Ndak macet Jedah-Madinah itu.. itukan memerlukan fisik hampir.. padahal kita perjalanan dari rumah sejak siang.. sore baru berangkat.. malam datang di Jedah misalkan.. di Jedah lagii kan kehilangan waktu.. tenaga lah itu kan sembilan hari lagi itu yang jadi masalah menurut murah. Laaah itu hotelnya apa dia? Sampek tiga kilo, ada yang naik bis, kalo Sindo kan endak ada yang di Grand Zam-zam turun nggak payah.  
(NR.1, 7 Oktober 2019)*

Narasumber 1 menyatakan bahwa, umroh menggunakan pesawat Saudi Aireline menghemat waktu dan teanga. Pesawat Saudi tanpa transit, langsung menuju Madinah.

d. sumber daya inovasi untuk mempengaruhi teknologi

*Untuk Sindo Wisata yang bekerja sama dengan jtv memang sejak awal itu ee inisiatif dari pada Kabiرو jtv dan kepala cabang biro umroh Sindo Wisata Madiun Haji Ulul Azmi. Karena sudah kesepakatan sejak awal, (...) Dulu sebelum dari jtv ini. Ituuu mulai dari Jawa post, Jawa post itu*

*hanya dari beberapa orang kaya aja yang melihat karena kebanyakan nggak tahu kemudian RRI.. RRI pun dengan Sindo Wisata pernah juga iya tidak berjalan lama.. hanya beberapa saat aja. Tapi ketika dengan JTV ini pengaruhnya sangat luas bahkan bisa diterima sampai Bojonegoro, Ngawi, juga sebagian dari pesisir timur dari Ngrembang.. Ngrembang juga ikut bisa melihat JTV ini. Karena kalau daerah eee Ponorogo itu terhalang dengan gunung yaa penyiaran JTV ini dari Bojonegoro bisa diterima ini JTV Madiun ini. (...)*  
(NR. 6, 19 November 2019)

*Eggak-eggak, jadi itu karena apa? Karena di Sindo Wisata kan ada itu. Manasik haji langsung di tempat ya. Ya kan belum ada. Yaa masih jarang sih kalau saya lihat di travel-travel yang lainnya ya. Kan kita langsung ke Arofah ya, ke Mina nya, ke Muzdalifah itu semua diantar sama Sindo, sampek kita praktik lempar jumroh pun, kalau kita langsung praktik di lokasi. Karena jarang juga biro yang bisa masuk ke itu, ke tempat jumrohnya itu. Sama bisa apa ya kemarin terakhir itu.. Sampek tahu itu masjid kuning yang tempat baiat.. iyaa Udaibiyah*  
(NR. 7, 19 November 2019)

Narasumber 6 menyatakan bahwa, siaran dari jtv memiliki efek yang besar dalam merik minat jamaah umroh untuk umroh di Sindo Wisata Madiun. Seperti yang disampaikan oleh narasumber 7, Sindo Wisata memiliki program manasik haji didalam rangkaian

umrohnya, sebagai salah satu program yang disiarkan di JTV.

Mangkuprawira menyatakan, terdapat dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk<sup>67</sup>, sebagai berikut:

1) Sudut pandang nilai pelanggan

Pelanggan dilibatkan dalam merancang harus fokus pada kebutuhan dan harapan pelanggan.

*Alhamdulillah tidak ada yang komplek ya memang jamaah itu sebetulnya sudah disampaikan dari awal ada arahan-arahan dari manasik itu sudah disampaikan. Kalau memang jamaah itu merasa berat monggo silahkan ke cari biro yang lain yang murah. Jadi dari biro Sindo sendiri itu nggak maksa kalo ada yang komplek kalo merasa kemahalan monggo cari biro yang lain kalau Sindo ya programnya seperti ini, kegiatannya seperti ini, harganya sekian itu. (NR.2, 6 Oktober 2019)*

Narasumber 2 menyatakan bahwa, Sindo Wisata Madiun tidak memaksakan kemampuan jamaah dalam menggunakan produk Sindo. Sindo Madiun sendiri juga mengarahkan calon jamaahnya yang diperkirakan keberatan, untuk mendaftar di biro lainnya sesuai dengan kemampuannya.

---

<sup>67</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 46-48.

## 2) Sudut keunikan

Keunikan dapat dicirikan berupa barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan yang tidak dapat mudah ditiru oleh pesaing (diferensiasi). Ciri-ciri dari keunikan antara lain<sup>68</sup>:

### a) Kemampuan finansial dan ekonomis

Kemampuan Sindo Wisata Madiun dilihat dari sudut finansial dan keekonomisan hargaproduk:

*Yaa kita beri programnya itu.. programnya ini ini ini ini yaa.. programnya dengan fasilitas. Fasilitas dan program biayanya untuk ini ini ini ini. (...) Biar tahu nggak kecewa gitu biar tahu gitu biar tahu”.*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Misalkan gini kalo jamaah itu masih mau membandingkan harga, masih mau cari yang murah, langsung kita sarankan ke biro yang lain. Misalkan saya sarankan ke PT e Satria Mandiri yang dua puluh dua juta itu yang lima gratis satu langsung kita sarankan kesitu. Jadi walaupun tidak mendaftarkan ke biro kami tetap kita sarankan untuk yang dicari harga sesuai harganya tadi yang sesuai dengan hatinya atau kemampuannya tadi (...) Iya kalau menurut orang-orang memang biro Kami*

---

<sup>68</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 46-48.

*adalah biro yang termasuk mahal kalau di biro lain itu harganya sekitar 21 sampai 22 kalau di PT Sindo wisata itu harganya harga paket nya saja sekitar 20 tujuan sampai 29 kalau di bulan Desember atau yang liburan sekolah kalau bulan Ramadan itu sampai 35 sampai 36 jutaan itu biro kami harga paket dari biru kami untuk keseluruhannya ya sekitar kalau yang ditempel di sekitar 20 sekitar 30-an kalau yang November itu sekitar 29 nan lah kalau yang Romadhon itu sampai 38 juta itu tapi walaupun harganya mahal tapi tetap kualitasnya juga VIP kita hotelnya bintang 5 bintang 4 tadi sudah dijelaskan di Madinah itu Dinosaur menyalin itu bintang 4 jaraknya 50 km dari Masjid Nabawi Kalau yang di Mekah itu kita di Grand Zamzam jadi bintang 5 jadi turun langsung halaman Masjidil Haram jadi tidak membutuhkan transportasi jadi kalau mau ingin salat di masjid halaman Masjidil Haram atau di dalam Masjidil Haram itu predikat jadi tinggal hanya turun dari hotel itu langsung turun jalan kaki ke Masjidil Haram jadi itu lebih muda terus Untuk pesawatnya juga kita sudah Saudi Airlines tidak Translate take off nya mulai dari Juanda sampai ke Madinah Terus pulang nya dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya membutuhkan sekitar 10 jam kami karena mungkin kalau Di Tiro lain itu kan pesawatnya itu kan bisa transit di Malaysia atau Brunei atau di negara lain*

*kalau kita menggunakan pesawat pesawat Garuda pasti juga kan terakhirnya di Banda Aceh untuk mengisi bahan bakar karena biru Kami menggunakan pesawat Saudi Airlines itu jadi kita tidak terjadi mulai dari Juanda langsung ke Madinah itulah keunggulan kami yang dicari oleh Jamaah itu yang tidak transit pesawatnya jadi tidak membutuhkan waktu lama dan juga perjalanannya itu hanya 10 jam kalau menggunakan yang lain atau transit arti kita akan terlontar adalah Ancol atau Menunggu terus apa pesawatnya itu yang membuat jama'ah pasti akan mengeluh dan tidak nyaman Man terus anu karena dia ada harga ada rupa ya dengan kualitas yang baik pasti pelayanannya juga baik.  
(NR.3, 6 Oktober 2019)*

Berdasarkan sumber yang diberikan oleh narasumber 2 dan 3, harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata sesuai dengan fasilitas dan program yang diberikan.

b) Kemampuan menciptakan produk strategic

Sindo Wisata Madiun memiliki beberapa produk yang unik, berbeda dengan produk pesaingnya.

*Ya itu untuk apa ya tujuannya biar tahu gitu aja dari jamaah itu karena tadi yang tidak apa ya tadi itu Lo tujuannya biar tahu kalo umroh itu syarat rukunnya ini, kalo haji tuh*



*ini ha itu kan perbedaan antara Umroh dan haji itu lha haji itu tambahannya ini ini ini nah tambahannya contohnya mungkin nanti pas tanggalnya waktunya kita berangkat ke Arafah e wukuf di Arafah terus kita ke Mina bermalam di Mina terus nanti hari keberapa kita ke Muzdalifah ambil kerikil disana, terus nanti lanjut ke lempar jumroh itu nanti diberi biar tujuannya itu biar jamaah tubuh tahu perbedaan antara haji dan umroh itu. Kalo haji tambahannya ini.. biar nanti yang tidak sempat haji tahu (...) Yaa kalau itu memang diprogram, ya memang itu punya perencanaan punya program dari Sindo sendiri yang nggak ada dari biro lain nggak ada. Dari pusatpun sini nggak tahu ada atau tidak”.*

*(NR.2, 6 Oktober 2019)*

*Menurut saya itu adalah program yang sangat unik dan termasuk beda dari biro yang lain, itulah kelebihan ya tadi kelebihan dari Sindo wisata travel yang jamaahnya bisa praktik langsung melakukan mengambil langsung batu kerikil di Muzdalifah dan melempar jumrah langsung di mina, kalau di biro lain itu tidak bisa melakukan itu yang bisa melakukan itu hanya biro Sindo Wisata Travel jadi jamaahnya itu mau daftar haji tidak kaget karena sudah mengetahui rukun rukunnya karena sudah mengetahui lokasi nya juga sudah mempraktikkan untuk*

*melempar jumroh mulai dari jumroh Ula wustho aqobah. Jadi Sudah ketika Haji itu lebih paham menguasai materinya.*

(NR. 3, 6 Oktober 2019)

Narasumber 2 menjelaskan tujuan dari adanya program Umroh Rasa Haji adalah agar jamaah memiliki pengetahuan tentang haji. Program tersebut merupakan program yang unik dan berbeda dengan biro-biro yang lain seperti yang ditakan oleh Narasumber 3.

c) Kemampuan teknologi dan proses

Penggunaan alat-alat canggih seperti sistem komputer dan fasilitas pabrik pengolahan produksi modern akan digemari konsumen.

*Jadi gitu Walaupun kami mahal yang di dapatkan juga Oke, nanti jamaahnya juga nyaman puas di hatinya (...) sudah menggunakan alat receiver atau alat bantu, biro lain apakah sudah menggunakan alat receiver, ini kan yang umroh kan juga banyak yang lansia ada yang tidak bisa membaca Arab jadikan dengan adanya alat receiver atau alat bantu dengar ini kan bisa sangat membantu sekali Bagi yang tidak bisa membaca Arab atau doa-doa. Jadikan memudahkan lansia juga.*

(NR. 3, 6 Oktober 2019)

Jamaah Umroh Sindo Wisata Madiun telah menggunakan alat bantu dengar *receiveryang*

memudahkan jamaah yang berusia lanjut dan yang tidak bisa membaca Arab.

d) Kemampuan keorganisasian

Keunikan disini dicirikan oleh kelebihan perusahaan dalam pengelolaan sistem keorganisasian yang sepadan dengan kebutuhan pelanggan.

*(...) keunggulan tadi ketika mendaftar yaitu, yang pertama begitu daftar langsung mendapat perlengkapan koper, beserta perlengkapannya seperti baju batik, kain ihrom, buku Doa, buku e-ktp, Slayer terus tas paspor, tas koper, kalau perempuan juga dapat jilbab putih, jilbab hijau, Slayer, Selain itu untuk Suntik meningitis nya kita nanti bersama-sama ke telkomedika health Center di Jalan Manggis nomor 9 persyaratannya seperti KTP KK akte nikah buku nikah atau ijazah nya itu sudah lengkap nanti langsung kita bersama-sama rombongan itu kita antarkan untuk proses pembuatan paspor di imigrasi dan juga kan kita DPnya itu minimal lima juta misalkan waktu jamaah umroh itu daftar hanya membawa uang Rp.1.000.200 tapi kita terima dan pulang langsung bawa koper beserta perlengkapannya itu mungkin keunggulan dari biro kami yang tidak ada di biro lain pelayanan kami begitu Jadi begitu daftar langsung mendapatkan perlengkapan koper lengkap beserta isinya lengkap dari*

*Jamaah tinggal berangkat karena perlengkapan yang sudah ada hanya menambahi perlengkapannya pribadi yang dibawa besarkan obat-obatan atau baju untuk ganti di sana atau perlengkapan yang dibutuhkan saja dan juga untuk uang sakunya Bisa tukar di Sindo untuk realnya (...) kalau sudah mendengar pesawatnya Saudi Airlines tidak Translate terus hotelnya dekat dengan Masjidil Haram maupun Masjid Nabawi pasti langsung tertarik (...) Ya kita bersaing yaitu dengan memberikan fasilitas tadi keunggulan-keunggulan kami seperti pesawat kami tidak transit terus hotelnya itu dekat,(...) Selain itu adalah di umrohnya di umrohnya itu kita bisa 3 kali jadi yang umroh pertama itu wajib untuk diri kita sendiri yang kedua itu sama yang ketika bisa untuk membaca umrohkan kedua orang tua yang sudah meninggal jadi harus yang sudah meninggal itulah keunggulan kami selain umroh untuk dirinya sendiri Kita juga bisa mengumrohkan kedua orang tua kita yang sudah meninggal atau Kakek kita yang sudah meninggal itu bisa terus Selain itu adik kita bisa langsung praktik mengambil mengambil batu kerikil di Muzdalifah sama lempar jumroh Ula wustha dan aqabah di mina itulah kami juga terus manasiknya itu kita juga 3-4 kali terus pemberangkatannya itu selalu didampingi oleh leader leader atau pembimbing atau muthawif dari tanah air maupun di tanah suci untuk pemberangkatan dari Madiun ke*

*Juanda sampai ke tulangan itu selalu dikawal oleh Polantas Selain itu fasilitas ada harga ada rupa jadi enak selain itu kita sudah menggunakan alat reserver alat bantu dengar jadi walaupun jamaahnya ada yang tidak bisa membaca Arab atau tulisan itu enak kan sudah ada alat server jadi hanya tinggal mendengarkan jadi mendengarkan dan bisa menirukan karena tadi sudah di Blimbing terus menggunakan alat receiver jadi mudah tinggal menirukan saja.Selain itu nanti mendapatkan perlengkapannya itu perlengkapan umroh nya lengkap jadi jamaah tinggal berangkat sama membawa perlengkapan pribadi selain yang diberikan oleh Sindo wisata Selain itu mendapat kan tadi air zam-zam per orangnya 5 liter jadi sudah lengkap untuk bertukar nya di grup kami sudah juga bisa untuk tukar Riyal Atau tukar Rupiah nya, jadi semuanya tidak Tukar ke kanan atau ke Biro mana tahu ke tempat penukaran real itu tidak usah jadi langsung saja datang ke perusahaan kami atau kami langsung untuk areal itu bisa terus selain itu kita juga bekerjasama dengan paket Telkomsel (...) kita juga sudah bekerja sama dengan Bank Mandiri Syariah nanti apa program kami tahun kedepannya itu apabila ada jamaah yang bermasalah dengan dana misalkan belum ada uang itu bisa datang ke Indonesia tahun mendaftarkan umroh terus nanti bilang mau pinjem uang berapa misalkan yang 30 juta ke Bank Mandiri Syariah yang bekerjasama*

*dengan biro kami itu bisa jadi berangkat berangkat umroh tetap bisa dengan nanti didanai oleh Bank Mandiri Syariah yang bekerjasama dengan kami jadi nanti bapak bisa menyicil atau melunasi biaya umroh nya itu setelah kepulangan dari tanah suci itu bisa jadi berangkat dulu umroh nyicil nya nanti waktu pulangnya Iya selesai umroh itu baru mencicil itu bisa.*  
(NR. 3, 6 Oktober 2019)

*(...) Jadi setiap umroh itu kan kompak gitu. Tiga bis.. harus siap dulu tiga bis baru berangkat. Nggak ada umroh sendiri-sendiri nggak ada. Towaf wada' kan bisa sendiri-sendiri.. kita nggak boleh.. harus kompak! Satu belum turun.. dicari.. kamar.. karena kalau belum melaksanakan kan kena dam. Tapi kalau biro lain nggak teliti mbak.. ati-ati loo kalau dia nggak towaf wada' yaudah.. terserah itu urusannya.. nggak boleh gitu kan jamaah nggak tahu.. kasian.. dia nggak sempurna.. bayar mahal-mahal.. kalau kita enggak.. towaf wada' kan wajib.. nggak dikerjakan kan sayang kalau nggak bayar dam.. makanya kita kalau towaf wada' harus kompak.. harus turun.. turun semua.. kan pertama di cek.. udah turun apa belum? kenapa nggak turun? kalo pengen bayar dam ya bayar dam nggak masalah.. udah jelas gitu.. dia nggak punya beban.. yaa gitu kalau di Sindo.*  
(NR. 5, 19 November 2019)

Narasumber 3 dan 5 menjelaskan beberapa keunggulan, keunikan, fasilitas, dan pelayanan yang ada di dalam program Umroh Rasa Haji Sindo Wisata Madiun.

### **C. Analisis Data**

Tahap Analisis data ini adalah tahap melakukan pengorganisasian dan melakukan pengurutan data. Analisis data merupakan tahap proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan uraian dasar.<sup>69</sup>

#### **1. Strategi Diferensiasi Program Umroh Rasa Haji**

Perusahaan harus mampu menilai kedudukan dan menetapkan suatu strategi yang dapat digunakan dalam peningkatan posisi atau kedudukan perusahaan dalam persaingan. Berdasarkan informasi dari wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti, Sindo Wisata Madiun menggunakan strategi diferensiasi dalam program “Umroh Rasa Haji”. Berikut ini gambaran dari program “Umroh Rasa Haji”:

*sebelumnya saya belum pernah mendengar dari biro-biro lain, baru dengar dari biro sindo wisata. Sangat unik sekali ya karena di biro-biro lain tidak ada program lempar jumrod hanya ada di Sindo Wisata saja. yang istimewa ia jamaah mampu mempratikan langsung lempar jumrod dan ambil batu nya, jadi terasa seperti haji tapi*

---

<sup>69</sup> Lexy, Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung : Remaja Karya, 2007), hal. 103



*beda waktunya saja (...) fasilitasnya juga sama dengan haji contohnya seperti transportasi dan di kawal patwal (...).*

(NR. 4, 21 November 2019)

*(...) Umroh tapi langsung melaksanakan praktik manasik di tempat. Jadi untuk orang-orang atau jamaah-jamaah yang akan berangkat haji, itu sudah melaksanakan praktik langsung di tempat. (...) ee ke Arofah dulu. .... Arofah ayo kita ambil kerikil ke Muzdalifah.. jamaah kita ajak ke Muzdalifah ngambil kerikil itu dipraktikkan langsung. Dari Muzdalifah kita ke Mina lempar jumroh.. langsung masuk ke lempar jumroh ke tempatnya (...) Ada manasik haji ya di tempat. Biasanya kita umroh ke dua atau ke tiga disana. Jadi biasanya ngambil-ngambil miqod di ee ji'ronah ya atau Udaibiyah kita langsung ke ituu mampir sekalian ke e mana lempar jumroh. (.....) Kalau biro lain nggak ada. Supaya dia nggak buta ya, istilahnya nggak awam lah (...)*

(NR. 5, 19 November 2019)

*Itu saya kalo di travel lain ee saya kira ya nggak tahu.. setahu saya ya di Sindo itu.*

(NR.6, 19 November 2019)

*(...) saya tertarik memilih Sindo untuk Umroh karena ada program lempar jumroh, selain itu fasilitas yang diberikan Sindo sangat baik contohnya memakai*



*receiver. (...) Sebelumnya yaa saya belum pernah tau.. belum pernah dengar ada praktik manasik hajinya di biro manapun, kecuali disini Sindo Wisata (...), makanya ini tertarik ya ini*  
(NR.8, 19 Desember 2019)

Narasumber 4 dan 5 tersebut menyatakan bahwa, Umroh Rasa Haji merupakan suatu program yang unik dan hanya ditemukan di Sindo Wisata Madiun. “Umroh Rasa Haji” yang dimaksudkan oleh kedua narasumber diatas adalah suatu program praktik manasik haji yang dilaksanakan di lokasinya secara langsung. Jamaah umroh dari biro ini diajak untuk melakukan praktik manasik haji ditempat, seperti mengambil batu langsung di Muzdalifah, melempar jumroh di Mina, dan lainnya. Hal tersebut dimaksudkan agar jamaah Umroh dari Sindo Wisata ini memperoleh pengetahuan dan bayangan perihal haji. Narasumber 6 juga menjelaskan, dia tidak tahu dengan adanya progam yang serupa dengan praktik manasik langsung ditempat. Sedangkan narasumber 8 mengungkapkan rasa ketertarikannya mengikuti Sindo karena ada program lempar jumroh di Mina. Mu’iz menjelaskan, “pendekatan ini bukan hanya untk meningkatkan mutu fisik dari produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli”.<sup>70</sup> Dalam hal ini, strategi diferensiasi mampu menjadikan Umroh Rasa Haji sebagai produk yang memiliki nilai sehingga mampu menarik minat jamaah.

---

<sup>70</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar Konsep Strategi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015),, hal. 396.

Peneliti menyimpulkan “Umroh Rasa Haji” sebagai program yang unik dari Sindo Wisata Madiun berdasarkan triangulasi hasil wawancara narasumber. Narasumber tertarik dengan program tersebut karena diajak langsung praktik manasik haji di lokasi. Dalam praktiknya, terdapat sesi melempar jumroh di lokasi pelemparan jumroh di Muzdalifah dengan didahului pengambilan kerikil di Mina. Selain itu, jamaah Umroh Sindo Wisata Madiun ini juga mendapatkan pengetahuan-pengetahuan tentang haji.

Peneliti juga menemukan bahwa Sindo Wisata bekerjasama dengan JTV Madiun dalam proses promosinya. Untuk dapat melihat gambaran proses “Umroh Rasa Haji” ini, peneliti melihat beberapa liputan dari JTV yang ditayangkan di televisi JTV Madiun dan youtube channel JTV Madiun. Untuk dapat melihat proses dari program “Umroh Rasa Haji ” tersebut, peneliti melihat tayangan yang diliput oleh JTV Madiun dalam program SSB (Suguhan Sepucuk Berita) yang ditayangkan setiap hari di pagi dan sore. Ketika kegiatan umroh berlangsung di Tanah Suci, JTV Madiun juga menyiarkan proses umroh yang sedang berlangsung secara *live* jika kondisi dan waktu memungkinkan untuk ditayangkan.

*(...) manasik asli dari Sindo Wisata ya di tempat ee tempat lokasi seolah-olah ituu ee beneran tapi hanya sebatas sebagai pengetahuan, itu bukan syarat dari pada umroh.. hanya pengetahuan haji barangkali dii jamaah Sindo tersebut ada yang akan melaksanakan haji sehingga diberi*

*motivasi, diberi pengalaman, diberii apa itu ilmu (...) baru ini pelaksanaan ibadah umroh yang miqodnya start nya itu di Ji'ronah dan Ji'ronah sebelum miqod Ji'ronah.. kita istilahnya manasik.. manasik haji ee diambil dari Arofah kemudian singgah di Mas'aril Harom di Muzdalifah kemudian disitu ada pengambilan kerikil, kita sama aja suruh ngambil kerikil beneran.. tapi tidak banyak.. karena hanya sebagai ilmu.. sebagai syarat biar tahu oo orang jamaah haji itu mengambil kerikilnya di Masy'aril Harom di Muzdalifah (...) Itu hanya ilmu aja.. pengalaman aja itu. Sehingga pada saat itu kebetulan ya juga pakai ihrom tapi kan nggak niat apa-apa karena niatnya itu untuk niat umrohnya di Ji'ronah. Setelah selesai pengambilan kerikil dan kerikil pun sudah dibawa, yaa udah poto bersama.. kemudian diberi jugak pengambilan kerikil tersebut biar tahu masyarakat kalau itu seolah-olah ee haji namun sebagai ilmu aja. Kemudian langsung meluncur ke Mina pada saat itu juga namun hanya sejenak sebentar, meluncur ke Mina sebelum nyampek ke lokasi jamarot diberitahu bahwa (...) Kemudian ke lokasi jamarot, itupun tidak serta merta perjalanannya mudah.. tidak semua orang Mekah.. biro-biro lain pun tahu.. kemudian supir Mekah itu tidak semuanya tahu lokasi masuk ke area Jamarot karena apa? semua dipagar oleh besi kkuat.. itu lewat tikus jalan tikus*

*lewat jalan-jalan kecil harus menempuh jalan-jalan yang sulit.. tidak diberi keleluasaan jamaah umroh yang diberangkatkan oleh Sindo diajak melempar apa itu (...) jamarot Aqobah sebagai pengetahuan kita juga bilang.... terus setelah itu bahwa rukun haji itu sudah dapat separuh disitu ada Nafar Awal, Nafar Tsani, dan disitu juga ada Tahalul Awal, dan Tahalul Tsani. Tahalul awal dilakukan di ee Mina tersebut. (...). Setelah selesai pelemparan kita masuk bis langsung menuju ke arah Ji'ronah.. mengambil miqod di Ji'ronah.. solat ihrom di Ji'ronah.. kemudian niat di Ji'ronah untuk umroh kedua itu.. letaknya disitu. Jamaah umroh Sindo Wisata yang ee saat itu manasik.. we sehingga dikatakan Umroh Rasa Haji. Rasanya bagaimana? yaa pengalaman aja.. tahu aja.. wong rasane rasa di hati.. bukan rasa di lisan.. bukan rasanya di mulut yaa nggak bisa (...)*  
(NR. 6, 19 November 2019)

*Kalau setahuku belum siih, belum pernah denger sih (...)*  
(NR. 7, 19 November 2019)

Narasumber 6 memberikan penjelasan mengenai teknis urutan manasik haji dalam “Umroh Rasa Haji”. Jamaah umroh Sindo Wisata diberikan fasilitas untuk melaksanakan praktik manasik haji dilokasi. Manasik haji tersebut bukan

syarat dari pada Umroh, tetapi hanya sebagai ilmu pengetahuan tentang haji saja.

Berdasarkan hasil wawancara yang berasal dari beberapa narasumber, program yang serupa dengan Umroh Rasa Haji ini hanya ada di Sindo Wisata Madiun. Sindo Wisata Travel pusat juga tidak memiliki program ini. Berdasarkan observasi peneliti, pada saat itu peneliti melakukan Praktik Pengalaman Lapangan di kantor Sindo Wisata Madiun selama satu bulan, pimpinan Sindo selalu mengucapkan bahwa program ini hanya milik Sindo Madiun saja.

Berdasarkan cerita dari pimpinan, untuk dapat menuju lokasi praktik manasik haji beliau harus memberikan tambahan uang tip kepada supir dan juga muthawif karena Umroh Rasa Haji ini berada di luar program Sindo pusat. Pimpinan Sindo Madiun juga sudah memiliki relasi atau jaringan orang-orang seperti supir tertentu, karena tidak semua supir bus tahu jalan menuju lokasi manaik begitu pula dari biro lain. Menurut teori, dengan strategi diferensiasi perusahaan akan berusaha menjadi unik dari berbagai dimensi industri mereka. Mu'iz menjelaskan, “pendekatan ini bukan hanya untuk meningkatkan mutu fisik dari produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli”.<sup>71</sup> Menurut pendapat peneliti, data yang diperoleh dari penelitian di lapangan sudah didukung oleh teori. Data lapangan tersebut sesuai dengan data yang telah disajikan di kajian teori. Peneliti setuju

---

<sup>71</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar Konsep Strategi)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2015),, hal. 396.

dengan data tersebut, bahwa strategi diferensiasi ini bukan hanya meningkatkan mutu fisik dari program umroh Sindo Wisata, tetapi juga memberikan kesan tersendiri kepada konsumen mendapatkan pengalaman manasik haji ketika umroh.

## 2. Dimensi Diferensiasi

Strategi diferensiasi berdasarkan teori kotler berasal dari lima dimensi, yaitu: diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personal, dan diferensiasi saluran.

### a. Diferensiasi Produk,

Produk yang memiliki aspek keunggulan tertentu akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh hasil atau *output* tertentu juga. “Umroh Rasa Haji” bukan hanya program yang digunakan untuk bersaing dalam mendapatkan keuntungan ekonomis, namun program ini turut serta memberikan edukasi dan pengalaman manasik haji kepada jamaah umroh.

*(...) kedua nanti pada waktu apa eeee praktik juga ada lempar hajinya apa lempar jumarot.. ada ngambil batu. (...) orang yang haji betul kan dikawal polisi lalu lintas, maka sayapun dari kota Madiun ini dikawal polisi lalu lintas pulang maupun pergi walaupun satu bis kita kawal.. (satu)..yang (kedua) busnya pun saya milih untuk haji itu Kalisari yaaa saya pilih Kalisari.. (...)*

(NR.1, 7 Oktober 2019)

*Hajinya itu biasanya nanti umroh terakhir, (...)*

*Jadi bagi jamaah-jamaah yang belum haji yang tidak sempat haji itu biar tahu kalau e..haji itu tambahannya ini nii ni nii biar praktik sekalian disitu tujuannya itu kalau yang mungkin tidak memungkinkan untuk haji.. umroh lah kan sewaktu-waktu bisa. Kalau haji kan ya namanya manusia kan ndak ada yang tahu faktor usia, faktor sakit, faktor.*

*(NR.2, 6 Oktober 2019)*

*(...)Selain itu ada umroh rasa Haji atau umroh yang bisa praktik langsung mengambil kerikil di Muzdalifah dan lempar jumroh di mina saya belum pernah dengar.*

*(NR.3, 6 Oktober 2019)*

*Transportasi nya menggunakan bus kalisari yang biasanya juga di gunakan oleh haji, bus nya sangat nyaman sekali, untuk hotel nya pun yg di makkah menggunakan hotel bintang lima atau grand zam-zam jaraknya sangat dekat dengan masjidil haram sedangkan di madinah menggunakan hotel bintang empat, meskipun satu kamar di isi dua orang tapi kasurnya tetap enak, enaknya di situ.*

*(NR. 4, 21 November 2019)*

Jamaah umroh Sindo Wisata Madiun diberikan edukasi praktik manasik haji dilokasi yang sebenarnya yaitu di tanah suci. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber 1, jamaah umroh diajak mengambil batu dan melempar jumroh. Narasumber 3 mengungkapkan Kegiatan itu merupakan bagian dari rangkaian manasik haji dalam program “Umroh Rasa Haji”.



Sindo Wisata memfasilitasi umroh lengkap dipandu muthawif di Tanah Suci sebanyak tiga sampai empat kali umroh. Praktik mengambil kerikil dan melempar jumroh tersebut dilakukan ketika umroh terakhir. Tujuan dari program “Umroh Rasa Haji” ini yaitu, agar jamaah umroh Sindo Wisata memiliki keilmuan pengetahuan dan pengalaman secara langsung praktik manasik haji dilokasi sebenarnya. Program ini muncul karena beberapa faktor, seperti jamaah yang tidak memungkinkan untuk berhaji karena faktor usia, faktor sakit, maupun faktor ekonomi. Dalam observasi, peneliti mengamati konsumen-konsumen yang mendaftar di kantor Sindo Wisata berasal dari berbagai kalangan pekerjaan dan rentan usia berbeda dan alasan berbeda dalam memilih umroh bareng Sindo Madiun ini. Selain itu, jamaah yang mendaftar di Sindo merupakan jamaah yang telah mendapatkan rekomendasi tetangga, keluarga, atau teman yang pernah mengikuti umroh dengan Sindo sebelumnya.

Biro travel Sindo Wisata Madiun tidak hanya melayani umroh saja, namun juga haji plus dan haji furoda. Fasilitas yang diberikan antara jamaah umroh dengan jamaah haji disamakan. Narasumber 4 menyatakan bahwa transportasi yang digunakan oleh jamaah umroh adalah bus kalisari seperti yang digunakan oleh jamaah haji. fasilitas hotel yang dipilih adalah hotel bintang empat dan lima yang lokasinya memiliki jarak yang dekat dengan tempat ibadah. pemilihan untuk hitel di Makkah menggunakan hotel bintang lima atau grand zam-zam jaraknya sangat dekat dengan masjidil haram, sedangkan di madinah menggunakan hotel bintang empat.



Menurut peneliti, data yang diperoleh dilapangan sesuai dengan kajian teori yang disajikan. Produk perusahaan harus didesain sesuai kebutuhan konsumen, kemudian dikembangkan sebaik-baiknya dan diberikan pelayanan yang superior kepada kepada konsumen atau pelanggan.<sup>72</sup> Sindo Wisata Madiun mampu mendesain produk “Umroh Rasa Haji” dengan kualifikasi yang telah diurakan oleh beberapa narasumber diatas, sehingga mampu untuk menarik minat konsumen.

b. Diferensiasi Pelayanan

Pelayanan yang baik perlu dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

*Haa begini.. Umroh Rasa Haji (...) Nah waktu pelayanannya keberangkatannya pun.. berangkat itu ya dari asrama haji kemudian dengan ritualnya ada sholawat, disitu ada istighosah, (...) bironya-bironya dan saya selaku pimpinan Sindo Wisata. (...)*  
(NR.1, 7 Oktober 2019)

*(...) Perjalanannya juga langsung, tidak transit nah ini tidak transit pesawatnya juga milih yang besar yaitu antara Garuda dan Saudi, tapi akhir-akhir ini pakek Saudi terus kecuali Saudi ada trouble nggak bisa mendarat (...)* Terus

---

<sup>72</sup> Lucky Radi Rinandiyana, Ane K., Dian K., “Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim Di Kota Tasikmalaya)”, Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen, (online), Vol. 2, No. 2, diakses pada Desember 2019 dari <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>, 106.

*hotelnya juga pilih cari yang dekat, yang terdekat baik di Madinah maupun di Mekah terus makannya sudah prasmanan losss disana sudah nggak bakalan kurang (...)*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Kita mensiasatinya dengan fasilitas yang diberikan ada harga ada rupa, Jadi harganya mahal fasilitas dan pelayanannya itu juga plus atau VIP semuanya juga oke, jadi Jamaah itu merasa nyaman tidak khawatir, dan enak lah pokoknya tapi kita mengutamakan Jamaah itu merasakan kepuasan dan di hatinya Membekas.(...) Alat transportasi nya nanti waktu pulang juga nanti kejadiannya itu menggunakan bis nanti pesawatnya take off dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya sampai 10 jam habis Juanda nanti sudah kita alat transportasinya juga yaitu bus kita jemput terus nanti untuk kepulangannya ke Madiun dikawal oleh Polantas jadi dijamin Nanti Aman, terjaga, tidak usah khawatir Kalau ikut Sindo karena dikawal oleh Polantas jadi kalau di perjalanan ada apa-apa kita tidak usah khawatir.(...) pelayanan-pelayanan nya sendiri di PT Sindo wisata itu mulai dari jamaahnya baru datang dari luar kita langsung sambut ke depan pintu mempersilahkan masuk terus habis itu kita persilahkan duduk setelah persilahkan duduk langsung kita beri air minum beserta makanan ringan sama permen biar bisa di makan sambil kita ngobrol biar lebih enak dan rileks terus selain itu kita memperlakukannya dengan Prima dengan baik kita nyum kita sapa*

*agar keadaannya lebih cair tidak tegang terus kita Terangkan dengan ramah kita Jelaskan sebaik mungkin sejelas mungkin agar jamaahnya itu paham dan percaya dengan biru kita kalau biru kita itu terpercaya berkualitas (...).*

(NR.3, 6 Oktober 2019)

*pelayanannya sangat memuaskan karena semua perlengkapan umroh didapat di biro sindo wisata dan juga ada manasik umrohnya.*

(NR.4, 21 Oktober 2019)

Ketika Narasumber 1, 2, 3, dan 4 menjelaskan beberapa fasilitas dan pelayanan yang didapatkan oleh konsumen Sindo Wisata Madiun. Mulai dari awal pendaftaran, masuk kantor disambut dengan sambutan khas dari Sindo Wisata Madiun, fasilitas yang diperoleh, dan perlengkapan yang diperoleh oleh konsumen Sindo Wisata Madiun. Berdasarkan observasi pelayanan kantor di Sindo Wisata, peneliti menemukan keunikan disana. Setiap calon jamaah yang berkunjung untuk mendaftar atau sekedar bertanya informasi mengenai haji umroh, mereka selalu ditawarkan minuman dengan memilih (kopi, teh, air zam-zam ataupun air putih biasa). Hal tersebut dilakukan agar calon jamaah dapat merasakan efek rileks dalam mengkomunikasikan perihal haji umroh tersebut.

Dalam observasi yang peneliti temukan ketika manasik umroh di Asrama Haji Kota Madiun, peneliti dapat melihat kesesuaian antara teori dengan data lapangan. Menurut Kotler yang dikutip oleh Wulan, kualitas pelayanan adalah totalitas dari bentuk karakteristik barang maupun jasa yang menunjukkan

suatu kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi.<sup>73</sup> Menurut peneliti, proses pelayanan mulai dari administrasi manasik, pemberian makan, prosesi manasik, pemilihan kelompok ataupun kamar sudah tertata dengan baik sehingga konsumen dapat menerima apapun dengan baik.

c. Diferensiasi Personil

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang kuat dengan mempekerjakan dan melatih orang-orang dengan lebih baik.

*(...) Nah nanti selain dari sini pendamping atau pembimbing itu.. nah sebetulnya pembimbing dari sini pun sudah mumpuni karena sudah pengalaman semua dari sana Pak Ansori, Pak Zainal, Pak Ulul itu sudah itu itupun pembimbing haji semua sudah hafal tapi ya mungkin sambil apa ya biar lebih apa ya lebih jelas lagi lah itu mungkin nanti disana juga ada muthowif nya, dicarikan muthowif dari biro yaa dari Sindo(...)*

(NR. 2, 6 Oktober 2019)

*Menurut saya itu untuk muthowif atau pembimbingnya yang di Sindo wisata di Madiun ini yang bekerjasama dengan PT Sindo wisata ini menurut saya luar biasa, pengalamannya*

---

<sup>73</sup> Omega Wulan, Frederik G., dan Djurwati Soepeno, “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merk Terhadap Keunggulan Bersaing pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado”, *Jurnal Emba*, Vol. 5, No. 3, Manado, 2017, hal. 3

*Oke orangnya juga tanggap komunikatif kreatif dan orangnya ramah-ramah kalau diajak ngobrol atau apa ada sesuatu keluhan bisa membantu dan sikap dalam menangani jamaah dan dijamin ilmu pengetahuannya itu sudah pengalaman berpengalaman pengalaman sekali karena setiap tahun itu pasti berangkat tidak hanya satu tapi dua sampai tiga kali setiap tahunnya untuk membimbing jamaah biro Sindo Wisata Travel Madiun. Tapi untuk di tanah suci sendiri itu juga ada muthowif yang membimbing jamaah haji PT Sindo wisata yang ada di Madiun jadi muthawif nya itu ada yang dari kota Madiun dan ada juga yang dari tanah suci, yang di tanah suci itu juga orang Indonesia tapi yang sedang menetap di Mekah.*

*(NR.3, 6 Oktober 2019)*

*pembimbing dari sindo wisata sangat-sangat sudah profesional sudah berkali-kali melakukan umroh atau haji jadi sudah mempunyai pengalaman untuk disampaikan kepada jamaah sebagai pembelajaran.*

*(NR. 4, 21 November 2019)*

Berdasarkan wawancara dari narasumber 2,3, dan 4 menyatakan bahwa personalia yang dimiliki oleh Sindo Wisata telah, mumpuni, terlatih, dan profesional. Menurut Paryanti, “kemampuan karyawan memproses pemasaran akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, hal ini dikarenakan minat pembeli mempengaruhi strategi dan kualitas pelayanan yang

diberikan karyawan dalam aktivitas perusahaan”.<sup>74</sup> Dalam observasi yang terdapat di Kantor Sindo Wisata dan dalam manasik di Asrama Haji, jamaah sangat memiliki ketergantungan kepada karyawan. Mereka bertanya perihal haji umroh kepada karyawan. Jamaah juga hanya terima jadi terhadap segala kebutuhan yang dipersiapkan oleh Sindo Wisata sendiri. Mereka telah mempercayakan segala sesuatu dipersiapkan oleh Sindo yang telah memiliki pengalaman sejak 2012. Oleh karena itu, untuk mencegah adanya komplek dari jamaah, pihak Sindo Wisata mempersiapkan segala kebutuhan jamaah dengan baik dan teliti. Selain itu pihak Sindo Wisata juga harus memiliki kesabaran, karena sebagian besar jamaah sudah berusia lanjut yang sulit untuk diatur.

d. Diferensiasi Saluran

Langkah pembedaan dapat dilakukan melalui cara membentuk saluran distribusi, jangkauan, keahlian dan kinerja saluran-saluran tersebut.

*Naaah strategi.. apalagi disiarkan di JTV Madiun pagi-sore. Haaa aa.. kedua kita itu siaran langsung kadang-kadang. Di Jtv misalnya saya melaksanakan lempar jumrot ya.. kita disana yang dua belas kalau tepat disini jam empat. Nah nanti akan disiarkan langsung mukaku saya ketok jamaah kelihatan mbalang jumroh yaa siaran langsung yaa itu bisa.*

---

<sup>74</sup> Ratna Paryanti, 2015, “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)” *JOM FISIP*, Vol. 2, No. 2, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Hal. 5

(NR.1, 7 Oktober 2019)

*Jadi jaraknya juga diatur sih, jarak ke hotelnya kan juga dipastikan itu paling satu blokan.. ada seratus sampai dia ratus meteran aja dari titik Nabawi maupun dari Masjidil Haram. Apalagi kalau umroh.. umroh plus nya itu malah di Grand Zam-zam nya juga kayak gitu.*

(NR. 7, 19 November 2019)

Narasumber 1 dan 7 menunjukkan bahwa, Sindo Wisata bekerja sama dengan beberapa pihak seperti JTV dan pihak penyedia hotel untuk mempersiapkan fasilitas jamaah. Pada umumnya perusahaan yang mencapai keunggulan bersaing diperoleh melalui cara mereka merancang saluran distribusi, terutama menyangkut jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut.<sup>75</sup> Sesuai dengan teori yang ada perusahaan harus mampu merancang saluran distribusi yang tepat. Sindo Wisata Madiun untuk memperoleh saluran distribusi yang tepat dipelukan waktu yang tidak singkat. Sebelum bekerja sama dengan jtv Madiun yang saat ini telah sukses membranding Sindo Wisata Madiun, Sindo sendiri sebelumnya juga pernah bekerja sama dengan stasiun TV lain namun tidak terlalu memiliki dampak besar dalam proses menarik pelanggan.

---

<sup>75</sup> M. Arif Hakim dan Nur Faizah, “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2), Kudus, Desember: 2017, hal. 389.

e. Diferensiasi Citra

Citra adalah cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produk.<sup>76</sup> Citra yang dimiliki sebuah perusahaan seharusnya selalu memiliki sifat positif di mata masyarakat. Hal tersebut karena masyarakat akan selalu percaya dan menggunakan produk atau jasa tersebut kembali.

*Mulai dari sampai dengan apa eeee pemberangkatan kemudian di pesawat, bandara, Sampek tiba kegiatan di Mekah Madinah semuanya diliput oleh JTV dan disiarkan eee ke tiap pagi dan sore kegiatannya sehingga jamaah itu yang ada di rumah itu keluarganya bisa menyaksikan keluarganya yang sedang melaksanakan umroh itu..hotelnya bintang apa? Kita kan bintang lima.. Medinah nya bintang empat. Terus kegiatannya apa? ini ini ini ini, fasilitas nya apa? Nah ini fasilitasnya mulai dari ujung rambut sampai ujung kaki itu semuanya dapet kecuali sandal yang nggak ya.. (NR.1, 7 Oktober 2019)*

*Selain Pembimbing dari JTV atau leader yang kita sebut leader itu kita juga ada leader dari kru jtv yang selalu meliput mulai dari manasik, mulai dari kegiatan-kegiatan di tanah air sampai di tanah suci, kegiatan apa saja yang dilakukan di tanah suci sampai kepulangannya itu selalu diliputi JTV karena kita bekerjasama dengan kabiرو JTV Jadi selain tadi leader dari*

---

<sup>76</sup> Ibid, hal. 389.



*sindonews sendiri juga dari krunya JTV. Juga ada leader atau muthawif dari tanah suci.*  
(NR. 3, 7 Oktober 2019)

*iya.. kita selalu jadi baik manasik tetep kita ee kalau kita tayangkan terus ya. Apalagi dulu pas waktu kita masih mbrabding Sindo Wisata dan JTV ini nanti ya kita terus post untuk fasilitas-fasilitas itu kayak ditayangkan, kayak ada fasilitas haji disana. (...)*  
(NR. 7, 19 November 2019)

Narasumber 1, 3, dan 7 memberikan penjelasan mengenai keunggulan yang dimiliki oleh Sindo Wisata Madiun. Selain itu narasumber 7 juga menjelaskan bahwa jtv selalu meliput kegiatan dari Sindo Wisata Madiun mulai dari manasik, peberangkatan, ataupun kegiatan ketika ditanah suci. Dalam hal ini, pemirsa jtv Madiun dapat dengan mudah menilai baik atau buruknya biro ini berdasarkan tayangan yang disjikan. Citra Sindo Wisata Madiun yang tertaman di masyarakat dikenal baik. Peneliti menemukan, jamaah umroh Sindo merupakan jamaah yang mendapatkan rekomendasi dari keluarga, teman, ataupun tetangga. Jamaah loyal yang memberikan rekomendasi kepada orang lain tersebut berarti sudah mengetahui baik langsung ataupun melalui media televisi yang dapat menarik perhatian mereka untuk menggunakan produk Sindo.

### 3. Keunggulan Kompetitif

Menurut teori Porter (1985) tentang strategi generik untuk keunggulan bersaing terdiri dari keunggulan biaya (strategi biaya rendah), strategi differensiasi, dan strategi fokus”.<sup>77</sup>

#### d. Cost Leadership (Strategi Biaya Rendah)

Porter (1985) menjelaskan bahwa strategi biaya rendah mampu menjadikan perusahaan lebih efisien dengan cara memproduksi dengan volume banyak dari standar produk, hal tersebut dilakukan agar perusahaan bisa mengambil keuntungan dari skala dan kurva pengalaman.<sup>78</sup>

*Yaa kita beri programnya itu.. programnya ini ini ini ini yaa.. programnya dengan fasilitas. Fasilitas dan program biayanya untuk ini ini ini ini. (...) Biar tahu nggak kecewa gitu biar tahu gitu biar tahu.*

(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Misalkan gini kalo jamaah itu masih mau membandingkan harga, masih mau cari yang murah, langsung kita sarankan ke biro yang lain. Misalkan saya sarankan ke PT e Satria*

---

<sup>77</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 45

<sup>78</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, “Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City”, Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 231.

*Mandiri yang dua puluh dua juta itu yang lima gratis satu langsung kita sarankan kesitu. Jadi walaupun tidak mendaftarkan ke biro kami tetap kita sarankan untuk yang dicari harga sesuai harganya tadi yang sesuai dengan hatinya atau kemampuannya tadi (...) Iya kalau menurut orang-orang memang biro Kami adalah biro yang termasuk mahal kalau di biro lain itu harganya sekitar 21 sampai 22 kalau di PT Sindo wisata itu harganya harga paket nya saja sekitar 29 juta kalau di bulan Desember atau yang liburan sekolah kalau bulan Ramadan itu sampai 35 sampai 36 jutaan itu biro kami harga paket dari biro kami untuk keseluruhannya ya sekitar kalau yang ditempel di sekitar 20 sekitar 30-an kalau yang November itu sekitar 29 nah kalau yang Ramadhan itu sampai 38 juta itu tapi walaupun harganya mahal tapi tetap kualitasnya juga VIP kita hotelnya bintang 5 bintang 4 tadi sudah dijelaskan di Madinah itu bintang 4 jaraknya 50 km dari Masjid Nabawi Kalau yang di Mekah itu kita di Grand Zamzam jadi bintang 5 jadi turun langsung halaman Masjidil Haram jadi tidak membutuhkan transportasi (...) Untuk pesawatnya juga kita sudah Saudi Airlines tidak Translate take off nya mulai dari Juanda sampai ke Madinah. Terus pulangnya dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya membutuhkan sekitar 10 jam,*

*kami karena mungkin kalau di Biro lain itu kan pesawatnya itu kan bisa transit di Malaysia atau Brunei atau di negara lain. Kalau kita menggunakan pesawat Garuda pasti juga kan transitnya di Banda Aceh untuk mengisi bahan bakar karena biro Kami menggunakan pesawat Saudi Airlines, itu jadi kita tidak terjadi mulai dari Juanda langsung ke Madinah itulah keunggulan kami yang dicari oleh Jamaah itu yang tidak transit pesawatnya jadi tidak membutuhkan waktu lama dan juga perjalanannya itu hanya 10 jam kalau menggunakan yang lain atau transit arti kita akan terlantar menunggu. Jama'ah pasti akan mengeluh dan tidak nyaman (...)*

(NR.3, 6 Oktober 2019)

Berdasarkan sumber yang diberikan oleh narasumber 2 dan 3, harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata sesuai dengan fasilitas dan program yang diberikan. Berdasarkan observasi yang ditemukan dilapangan, biaya program umroh yang diberikan Sindo ini termasuk memiliki harga yang tinggi karena fasilitas yang diberikan juga fasilitas pilihan. Selain itu, program umroh yang terdapat di biro ini juga berbeda dengan umroh di biro yang lain. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa, teori strategi biaya rendah tidak sesuai jika digunakan oleh travel ini.

e. Differentiation (Strategi Pembedaan Produk)

Porter (1985) menjelaskan bahwa diferensiasi

memiliki tujuan pasar yang luas, karena melibatkan kreativitas dari produk atau pelayanan sebagai keunikan dari industri itu sendiri.<sup>79</sup>

*Ya itu untuk apa ya tujuannya biar tahu gitu aja dari jamaah itu karena tadi yang tidak apa ya tadi itu Lo tujuannya biar tahu kalo umroh itu syarat rukunnya ini, kalo haji tuh ini ha itu kan perbedaan antara Umroh dan haji itu lha haji itu tambahannya ini ini ini ini nah tambahannya contohnya mungkin nanti pas tanggalnya waktunya kita berangkat ke Arofah e wukuf di Arofah terus kita ke Mina bermalam di Mina terus nanti hari keberapa kita ke Muzdalifah ambil kerikil disana, terus nanti lanjut ke lempar jumroh itu nanti diberi biar tujuannya itu biar jamaah tubuh tahu perbedaan antara haji dan umroh itu. Kalo haji tambahannya ini.. biar nanti yang tidak sempat haji tahu (...) Yaa kalau itu memang diprogram, ya memang itu punya perencanaan punya program dari Sindo sendiri yang nggak ada dari biro lain nggak ada. Dari pusatpun sini nggak tahu ada atau tidak.*

(NR.2, 6 Oktober 2019)

---

<sup>79</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, “Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City”, Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 231.

*Menurut saya itu adalah program yang sangat unik dan termasuk beda dari biro yang lain, itulah kelebihan ya tadi kelebihan dari Sindo wisata travel yang jamaahnya bisa praktik langsung melakukan mengambil langsung batu kerikil di Muzdalifah dan melempar jumrah langsung di mina, kalau di biro lain itu tidak bisa melakukan itu yang bisa melakukan itu hanya biru Sindo Wisata Travel jadi jamaahnya itu mau daftar haji tidak kaget karena sudah mengetahui rukun rukunnya karena sudah mengetahui lokasi nya juga sudah mempraktikkan untuk melempar jumroh mulai dari jumroh Ula wustho aqobah. Jadi Sudah ketika Haji itu lebih paham menguasai materinya.*  
(NR. 3, 6 Oktober 2019)

Keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan bukan hanya untuk memperoleh keberhasilan ekonomi perusahaan, tetapi tentang kepedulian Sindo terhadap edukasi praktik manasik haji kepada jamaah umroh juga. Narasumber 2 menjelaskan tujuan dari adanya program Umroh Rasa Haji adalah agar jamaah memiliki pengetahuan tentang haji. Program tersebut merupakan program yang unik dan berbeda dengan biro-biro yang lain. Bentuk jenis keunikan ini dibanding produk yang sama dari biro lain antara lain, dapat dilihat dari aspek bentuk program, pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan penelitian, Sindo Wisata Madiun cocok menggunakan strategi diferensiasi dari “Umroh Rasa Haji” untuk mendapatkan keunggulan bersaingnya. Dengan diferensiasi program yang berbeda ini, maka perusahaan Sindo mudah untuk melakukan pemasaran. Pemasaran yang digunakan oleh Sindo Madiun menitik beratkan pada pemasaran di televisi. Citra yang terbentuk yaitu, Sindo Wisata Madiun menjadi travel umroh yang paling di rekomendasikan oleh JTV Madiun

f. Focus (Strategi Focus)

Porter (1985) menjelaskan bahwa strategi fokus mengkonsentrasikan perusahaan terhdap beberapa target pasar saja.<sup>80</sup> Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, Sindo tidak menggunakan strategi fokus ini dalam menarget segmen pasarnya. Semua program yang terdapat di Sindo Wisata ini di tujukan kepada seluruh kalangan yang berminat dengan programnya dan menyetujui harga yang diberikan oleh Sindo Wisata Madiun.

Dalam buku yang dikutip Sunarsih, “Lumpkin dan Dess menyatakan bahwa sebuah keunggulan kompetitif ada ketika pelanggan merasakan bahwa produk yang dimiliki perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya”.<sup>81</sup> Keunggulan bersaing dapat dilihat

---

<sup>80</sup> Muhammad Bahtiar Abdillah, Raden Marsha Aulia Hakim, dkk, “Business Strategy Analysis On Smes Bamboo Crafts In Bandung City”, Jurnal Adbispreneur, (Vol. 2, No. 3), hal. 232.

<sup>81</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), hal. 45.

dari tingkat kepentingan kualitas terhadap pasar dan mengkategorikan ke dalam empat tipe bentuk sumber daya dalam penciptaan nilai,<sup>82</sup> yaitu

- a. Proses sumber daya yang digunakan untuk menurunkan struktur biaya perusahaan,

*Sindo itu agak mahal dua setengah juta dari biro lain. Biro lain paling 27.. 25.. kita 29 sampai 30 juta Lo. Tapi kenapa penuh? tanyak jamaah mesti saurane.. jawaban e kenapa milih Sindo? Yaaa Sindo itu kegiatannya lengkap, yang kedua di Sindo itu ada lempar jamarot nya... Saya kan belum haji saya pengen eroh pengen tahu, terus yang ketiga ada jawaban lainnya karena Umroh tiga kali. Bandingkan kalau tiga puluh juta Umroh tiga kali berarti satu umrohan itu dihargai sepuluh juta kan, kalau biro lain itu sembilan hari tapi umrohnya maksimal dua kali.. sekarang 27 juta kalok umroh dua kali kan hanya 12 setengah juta per umrohan.. haa disitu kelihatan bahwa Sindo eee mahal secara fisik tapi setelah tahu kegiatan ternyata lebih murah, bisa melaksanakan umroh tiga kali. Tiga puluh juta Umroh tiga kali per Umroh itu sepuluh juta, kenapa tiga kali? yang satu untuk dirinya Umrotul Islam wajib bagi dirinya, yang kedua untuk membatalkan umroh kan kedua orangtuanya yang sudah meninggal itu Umroh yang kedua untuk bapaknya.. kemudian Umroh yang ketiga untuk ibunya..*

---

<sup>82</sup> Ibid, hal. 45.



*itu terserah serahkan pada jamaah itu dibimbing selalu oleh kita.*  
(NR.1, 7 Oktober 2019)

*itu kan tergantung fasilitas yang diberikan ya. Kalau fasilitasnya memang cukup baik dan ee dan bisa diterima ya nggak masalah. Apalagi kalau di Sindo kan pasti umrohnya empat kali.. pasti empat kali. Biasanya empat kali itu pasti.. nilai plusnya jugak disitu jugak. Umroh bisa banyak, dimaksimalkan waktunya trus ziaroh-ziarohnya ee cukup lengkap kalau di Sindo jugak, ziaroh-ziarohnya makam baqik.. makam apa namanya Jabal Uhud trus dan titik miqodnya kan jugak anu pastikan ganti-ganti.. jadi ada empat titik kalau empat kali umroh ada empat titik, empat kali miqod kan empat titik. Jadi kalau menurutku ya orang umroh itu berapapun besar biaya yang dikeluarkan itu ndak jadi masalah. Yang pertama adalah karena beribadah, yang kedua melihat fasilitas yang ditawarkan dari biro umroh itu. (...)*  
(NR.7, 19 Oktober 2019)

Narasumber 1 dan 7 menyatakan bahwa jamaah tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata Madiun karena fasilitas yang diberikan telah sesuai dengan harga yang ditawarkan. Strategi diferensiasi umroh rasa haji yang terapat di Sindo Wisata Madiun ini memiliki program yang tidak ditemukan di Biro lain, bahkan Sindo Wisata Pusat tidak ada pogram tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan tambahan biaya untuk dapat menjalankan program tersebut. Dalam hal ini dapat disimpulkan, Sindo

Wisata tidak termasuk dalam persaingan kompetitif tipe pertama ini (sumber daya menurunkan biaya perusahaan).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di kantor Sindo, peneliti menemukan bahwa karyawan Sindo mampu memberikan penjelasan mengenai program-program apa saja yang terdapat di Sindo. Dengan hal itu, jamaah akan memahami tujuan dari tingginya biaya yang dikeluarkan. Apabila terdapat ketidaksesuaian minat ataupun kebutuhan jamaah dengan biaya yang ditetapkan, pihak Sindo membebaskan untuk tetap bersama Sindo ataupun dengan Biro lain.

b. Sumber daya produk untuk meningkatkan kinerja perusahaan

*Nah yang yang jugak ini satu rombongan. Misalkan yang berangkat tiga rombongan ya, setiap rombongan kita didampingi leader-leader anggota tim dari Sindo Wisata Madiun tiap bis. Nah nanti disana Saudi ada ustadz ya sendiri yang memandu pelaksanaan ibadah Tanah Suci. Satu bis diawasi oleh muthowif satu itu orang Indonesia semua juga itu. Jadi yaaa lumayanlah ikut Sindo itu jadi bisa merasakan Umroh Rasa Haji ada lempar jumroh ya ambil batu di Muzdalifah gitu.. lainnya nggak ada itu. (...) Saya harus memberi uangnya uang tip kepada supir nya, uang tip kepada mutawifnya karena ngantar kesana diluar program ya kemudian sewa busnya ditanggung dari Sindo Madiun sendiri itu yang jadi masalah kan biro-biro lain Ndak. Kan jalannya itu tertentu, kan ditembok*

*semua di ini semua saya tahu karena pengalaman saya tempatnya saya tahu dan langganan busnya itu-itu saja ya jadi tahu maksud saya gitu itu.(...).*  
(NR.1, 7 Oktober 2019)

*E.. dulu pernah ada yang satu kloter empat ratus tiga puluh tujuh sampek saya harus nuntun padahal sudah ada yang usianya sembilan puluh lebih wong saya mendarat di Juanda itu yuuuh sehat semua empat ratus tiga puluh tujuh satu kloter satu pesawat itu dari Sindo semua belum ada dari biro-biro lain yang satu kloter satu pesawat.. dari Sindo pusat pun nggak ada.*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Hanya di biro wisata aja yang jamaahnya bisa praktik langsung mengambil kerikil di Muzdalifah dan lempar jumroh di mina jadi walaupun umroh tapi sudah bisa langsung praktik untuk manasik haji nya (...).*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

*Menurut saya tidak, karena dapat melaksanakan umroh sampai tiga kali di Makkah sana, sedangkan di biro" lain hanya dua kali umroh. Selalu memperbaiki pelayanan dan kualitas kepada jamaah. Karena yg terpenting adalah jamaah merasa nyaman ikut umroh melalui Sindo Wisata.*  
(NR.4, 21 November 2019)

Narasumber 1 menyatakan bahwa, umroh Sindo Wisata Madiun terdapat satu sampai tiga rombongan. Serta dalam pelaksanaan umrohnya terdapat praktik lempar jumroh sehingga dapat dikatakan sebagai “Umroh Rasa Haji”. Adanya program umroh rasa haji ini telah menambah kinerja perusahaan. Sebuah keunggulan kompetitif ada ketika pelanggan merasakan bahwa produk yang dimiliki perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya. Untuk dapat melakukan mansik dilokasi haji, pimpinan Sindo Madiun hari melakukan beberapa cara seperti memberikan uang tip kepada supir maupun muthawif dan mencari jalan sendiri untuk dapat ke lokasi, karena tidak semua orang yang tinggal di Mekah mengetahui jalan menuju lokasi tersebut kecuali bus yang menjadi langganan Sindo Madiun. Oleh karena itu, biro lain belum tentu mengetahui jalan untuk menuju lokasi tersebut untuk melakukan prakti yang sama . Dalam hal ini narasumber 4 juga menyatakan bahwa hanya di Sindo Wisata saja jamaah umrohnya diajak untuk praktik mansik haji dilokasi.

Berdasarkan penelitian yang ditemukan dilapangan dari informasi konsumen yang telah mengikuti umroh di biro lain, biro lain juga mengunjungi lokasi-lokasi yang digunakan untuk manasik haji tersebut, namun tidak melakukan praktik langsung manasik disana. Biro lain hanya sekedar mengunjungi lokasi untuk ditunjukkan lokasinya dan pemberian keilmuan dari muthawif mereka.

- c. Sumber daya waktu untuk menghantarkan nilai sesuai waktu pasar

*Yaaa ini.. yaa sana murah kan harus di anu pesawatnya apa? Kadang-kadang kan pesawatnya dia Lion sembilan hari, programnya kebanyakan biro lain itu sembilan hari.. kalok sembilan hari ya bisanya Umroh dua kali.. sama kan. Ini saya minta sepuluh hari sehingga tiga kali umroh. Yang kedua pesawatnya beda mungkin dia Lion Air Asia itu tuturnya Jedah luweh murah lagi satu juta satu juta setengah dibandingkan dengan Saudi Air Line.. kita kan langsung Medinah nya.. menghemat waktu menghemat tenaga.. jadi sepuluh jam seperempat itu sudah mendarat di Madinah kemudian masuk kota kemudian setengah jam sudah langsung hotel.. lah kalo yang Jedah kan memerlukan waktu bisa delapan jam perjalanannya aja enam jam setengah itu kalo lancar kalo Ndak macet Jedah-Madinah itu.. itukan memerlukan fisik hampir.. padahal kita perjalanan dari rumah sejak siang.. sore baru berangkat.. malam datang di Jedah misalkan.. di Jedah lagii kan kehilangan waktu..*

(NR.1, 7 Oktober 2019)

Pengelolaan sumber daya waktu memiliki pengaruh yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen. Dalam hal ini, dibutuhkan pemilihan fasilitas yang tepat agar berjalannya proses organisasi di perusahaan juga sesuai dengan waktu yang semestinya. Keputusan yang dimiliki Sindo Wisata Madiun untuk memilih fasilitas yang tersedia tentu dilakukan dengan

didahului oleh beberapa pertimbangan-pertimbangan. Dalam kurun waktu satu tahun, Sindo Wisata melakukan perjalanan umroh beberapa kali. Diantara waktu-waktu yang dicari oleh jamaah adalah ketika bulan Ramadhan dan liburan sekolah. Sindo membuka kuota pendaftaran umroh pada waktu-waktu tersebut, karena waktu tersebut sangat dibutuhkan oleh jamaah.

d. Sumber daya inovasi untuk mempengaruhi teknologi.

*Untuk Sindo Wisata yang bekerja sama dengan jtv memang sejak awal itu ee inisiatif dari pada Kabiرو jtv dan kepala cabang biro umroh Sindo Wisata Madiun Haji Ulul Azmi. Karena sudah kesepakatan sejak awal, (...) Dulu sebelum dari jtv ini. Ituuu mulai dari Jawa post, Jawa post itu hanya dari beberapa orang kaya aja yang melihat karena kebanyakan nggak tahu kemudian RRI.. RRI pun dengan Sindo Wisata pernah juga iya tidak berjalan lama.. hanya beberapa saat aja. Tapi ketika dengan JTV ini pengaruhnya sangat luas bahkan bisa diterima sampai Bojonegoro, Ngawi, juga sebagian dari pesisir timur dari Ngrembang.. Ngrembang juga ikut bisa melihat JTV ini. Karena kalau daerah eee Ponorogo itu terhalang dengan gunung yaa penyiaran JTV ini dari Bojonegoro bisa diterima ini JTV Madiun ini. (...)*

(NR. 6, 19 November 2019)

*Eggak-enggak, jadi itu karena apa? Karena di Sindo Wisata kan ada itu. Manasik haji langsung di tempat ya. Ya kan belum ada. Yaa*

*masih jarang sih kalau saya lihat di travel-travel yang lainnya ya. Kan kita langsung ke Arofah ya, ke Mina nya, ke Muzdalifah itu semua diantar sama Sindo, sampek kita praktik lempar jumroh pun, kalau kita langsung praktik di lokasi. Karena jarang juga biro yang bisa masuk ke itu, ke tempat jumrohnya itu. Sama bisa apa ya kemarin terakhir itu.. Sampek tahu itu masjid kuning yang tempat baiat.. iyaa Udaibiyah*  
(NR. 7, 19 November 2019)

Inovasi program “Umroh Rasa Haji” mempengaruhi teknologi. Teknologi tersebut termasuk semua barang-barang yang diperlukan untuk dapat terlaksananya program perusahaan. Dalam penelitian di lapangan, peneliti menemukan beberapa barang yang mampu mempermudah kinerja perusahaan. Umroh Sindo Wisata berangkat satu kloter. Dalam satu kloter tersebut terdiri dari ratusan jamaah. Untuk mempermudah muthawif dalam proses mengatur jamaah, Sindo menggunakan alat receiver ketika manasik umroh di Asrama Haji Kota Madiun dan ketika proses umroh berlangsung di Tanah Suci. Teknologi lain yang mendapatkan pengaruh adalah teknologi informasi, media televisi, dan youtube. Dengan adanya kerjasama antara JTV dengan Sindo Wisata Madiun, terdapat keterikatan JTV untuk dapat menyuguhkan tayangan Sindo Wisata dalam channel mereka.

Mangkuprawira menyatakan, terdapat dua prinsip pokok yang perlu dimiliki perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai

pandang pelanggan dan keunikan produk<sup>83</sup>, sebagai berikut:

1) Sudut pandang nilai pelanggan

Pelanggan dilibatkan dalam merancang harus fokus pada kebutuhan dan harapan pelanggan.

*Alhamdulillah tidak ada yang komplek ya memang jamaah itu sebetulnya sudah disampaikan dari awal ada arahan-arahan dari manasik itu sudah disampaikan. Kalau memang jamaah itu merasa berat monggo silahkan ke cari biro yang lain yang murah. Jadi dari biro Sindo sendiri itu nggak maksa kalo ada yang komplek kalo merasa kemahalan monggo cari biro yang lain kalau Sindo ya programnya seperti ini, kegiatannya seperti ini, harganya sekian itu.*

(NR.2, 6 Oktober 2019)

Narasumber 2 menyatakan bahwa, Sindo Wisata Madiun tidak memaksakan kemampuan jamaah dalam menggunakan produk Sindo. Sindo Madiun sendiri juga mengarahkan calon jamaahnya yang diperkirakan keberatan, untuk mendaftar di biro lainnya sesuai dengan kemampuannya. Seperti yang disampaikan oleh

---

<sup>83</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 46-48.



narasumber diatas, paneliti dalam observasi juga menemukan tidak adanya keaterpaksaan antara pihak jamaah dengan Sindo. Semua proses pembelian telah dilakukan setelah adanya kesepakatan satu dengan lainnya.

## 2) Sudut keunikan

Keunikan dapat dicirikan berupa barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan yang tidak dapat mudah ditiru oleh pesaing (diferensiasi). Ciri-ciri dari keunikan antara lain<sup>84</sup>:


### a) Kemampuan finansial dan ekonomis

*Yaa kita beri programnya itu.. programnya ini ini ini ini yaa.. programnya dengan fasilitas. Fasilitas dan program biayanya untuk ini ini ini ini. (...) Biar tahu nggak kecewa gitu biar tahu gitu biar tahu.*  
(NR.2, 6 Oktober 2019)

*Misalkan gini kalo jamaah itu masih mau membandingkan harga, masih mau cari yang murah, langsung kita sarankan ke biro yang lain. Misalkan saya sarankan ke PT e Satria Mandiri yang dua puluh dua juta itu yang lima gratis satu langsung kita sarankan kesitu. Jadi walaupun tidak*

---

<sup>84</sup> Yun Iswanto, Yosi Mardoni, Nunah Sunarsih, dkk, “Kewirausahaan dalam Multi Perspektif”, (Tangerang: Universitas Terbuka, November, 2017), Hal. 46-48.



*mendaftarkan ke biro kami tetap kita sanrankan untuk yang dicari harga sesuai harganya tadi yang sesuai dengan hatinya atau kemampuannya tadi (...) Iya kalau menurut orang-orang memang biro Kami adalah biro yang termasuk mahal kalau di biro lain itu harganya sekitar 21 sampai 22 kalau di PT Sindo wisata itu harganya harga paket nya saja sekitar 29 juta kalau di bulan Desember atau yang liburan sekolah kalau bulan Ramadan itu sampai 35 sampai 36 jutaan itu biro kami harga paket dari biro kami untuk keseluruhannya ya sekitar kalau yang ditempel di sekitar 20 sekitar 30-an kalau yang November itu sekitar 29 nan lah kalau yang Romadhon itu sampai 38 juta itu tapi walaupun harganya mahal tapi tetap kualitasnya juga VIP kita hotelnya bintang 5 bintang 4 tadi sudah dijelaskan di Madinah itu bintang 4 jaraknya 50 km dari Masjid Nabawi Kalau yang di Mekah itu kita di Grand Zamzam jadi bintang 5 jadi turun langsung halaman Masjidil Haram jadi tidak membutuhkan transportasi (...) Untuk pesawatnya juga kita sudah Saudi Airlines tidak Translate take off nya mulai dari Juanda sampai ke Madinah. Terus pulangnya dari Jeddah sampai ke Juanda itu perjalanannya membutuhkan sekitar 10 jam, kami karena mungkin kalau di Biro lain itu kan pesawatnya itu*

*kan bisa transit di Malaysia atau Brunei atau di negara lain. Kalau kita menggunakan pesawat Garuda pasti juga kan transisinya di Banda Aceh untuk mengisi bahan bakar karena biro Kami menggunakan pesawat Saudi Airlines, itu jadi kita tidak terjadi mulai dari Juanda langsung ke Madinah itulah keunggulan kami yang dicari oleh Jamaah itu yang tidak transit pesawatnya jadi tidak membutuhkan waktu lama dan juga perjalanannya itu hanya 10 jam kalau menggunakan yang lain atau transit arti kita akan terlantar menunggu. Jama'ah pasti akan mengeluh dan tidak nyaman (...)*  
(NR.3, 6 Oktober 2019)

Berdasarkan sumber yang diberikan oleh narasumber 2 dan 3, harga yang ditawarkan oleh Sindo Wisata sesuai dengan fasilitas dan program yang diberikan.

b) Kemampuan menciptakan produk strategic

*Ya itu untuk apa ya tujuannya biar tahu gitu aja dari jamaah itu karena tadi yang tidak apa ya tadi itu Lo tujuannya biar tahu kalo umroh itu syarat rukunnya ini, kalo haji tuh ini ha itu kan perbedaan antara Umroh dan haji itu lha haji itu tambahannya ini ini ini ini nah tambahannya contohnya mungkin nanti pas tanggalnya waktunya kita*

*berangkat ke Arofah e wukuf di Arofah terus kita ke Mina bermalam di Mina terus nanti hari keberapa kita ke Muzdalifah ambil kerikil disana, terus nanti lanjut ke lempar jumroh itu nanti diberi biar tujuannya itu biar jamaah tubuh tahu perbedaan antara haji dan umroh itu. Kalo haji tambahannya ini.. biar nanti yang tidak sempat haji tahu (...) Yaa kalau itu memang diprogram, ya memang itu punya perencanaan punya program dari Sindo sendiri yang nggak ada dari biro lain nggak ada. Dari pusatpun sini nggak tahu ada atau tidak.*

*(NR.2, 6 Oktober 2019)*

*Menurut saya itu adalah program yang sangat unik dan termasuk beda dari biro yang lain, itulah kelebihan ya tadi kelebihan dari Sindo wisata travel yang jamaahnya bisa praktik langsung melakukan mengambil langsung batu kerikil di Muzdalifah dan melempar jumrah langsung di mina, kalau di biro lain itu tidak bisa melakukan itu yang bisa melakukan itu hanya biro Sindo Wisata Travel jadi jamaahnya itu mau daftar haji tidak kaget karena sudah mengetahui rukun rukunnya karena sudah mengetahui lokasi nya juga sudah mempraktikkan untuk melempar jumroh mulai dari jumroh Ula wustho aqobah.*

*Jadi Sudah ketika Haji itu lebih paham menguasai materinya*  
(NR. 3, 6 Oktober 2019)

Keunggulan kompetitif produk yang dihasilkan bukan hanya untuk memperoleh keberhasilan ekonomi perusahaan, tetapi tentang kepedulian Sindo terhadap edukasi praktik manasik haji kepada jamaah umroh juga. Narasumber 2 menjelaskan tujuan dari adanya program Umroh Rasa Haji adalah agar jamaah memiliki pengetahuan tentang haji. Program tersebut merupakan program yang unik dan berbeda dengan biro-biro yang lain. Bentuk jenis keunikan ini dibanding produk yang sama dari biro lain antara lain, dapat dilihat dari aspek bentuk program, pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

- c) Kemampuan teknologi dan proses  
Penggunaan alat-alat canggih seperti sistem komputer dan fasilitas pabrik pengolahan produksi modern akan digemari konsumen.

*Jadi gitu Walaupun kami mahal yang di dapatkan juga Oke, nanti jamaahnya juga nyaman puas di hatinya (...) sudah menggunakan alat receiver.. alat bantu dengar, biro lain apakah sudah menggunakan alat receiver, ini kan yang umroh kan juga banyak yang lansia ada yang tidak bisa membaca Arab jadikan dengan adanya alat receiver atau alat*

*bantu dengar ini kan bisa sangat membantu sekali bagi yang tidak bisa membaca Arab atau doa-doa. Jadikan memudahkan lansia juga.*  
(NR. 3, 6 Oktober 2019)


Jamaah Umroh Sindo Wisata Madiun telah menggunakan alat bantu dengar *receiver* yang memudahkan jamaah yang berusia lanjut dan yang tidak bisa membaca Arab. Keunggulan dalam teknologi dari fasilitas yang disediakan oleh Sindo Wisata ini salah satunya menggunakan alat *receiver* tersebut dalam mempermudah jamaah menerima informasi dari *muhtawif*. Dalam penelitian lapangan, peneliti juga mendapati penggunaan *receiver* ketika proses manasik umroh di Asrama Haji Kota Madiun. Selain itu, pihak Sindo Wisata Madiun juga menyediakan fasilitas kursi roda untuk digunakan oleh jamaah yang berusia lanjut.

d) Kemampuan keorganisasian

Keunikan disini dicirikan oleh kelebihan perusahaan dalam pengelolaan sistem keorganisasian yang sepadan dengan kebutuhan pelanggan.

*(...) keunggulan tadi ketika mendaftar yaitu, yang pertama begitu daftar langsung mendapat perlengkapan koper, beserta perlengkapannya seperti baju batik, kain ihrom, buku Doa, buku e-ktip, Slayer terus tas paspor, tas koper, kalau*

perempuan juga dapat jilbab putih, jilbab hijau, Slayer, Selain itu untuk Suntik meningitis nya kita nanti bersama-sama ke telkomedika health Center di Jalan Manggis nomor 9 persyaratannya seperti KTP KK akte nikah buku nikah atau ijazah nya itu sudah lengkap nanti langsung kita bersama-sama rombongan itu kita antarkan untuk proses pembuatan paspor di imigrasi dan juga kan kita DPnya itu minimal lima juta misalkan waktu jamaah umroh itu daftar hanya membawa uang Rp.1.000.000 tapi kita terima dan pulang langsung bawa koper beserta perlengkapannya itu mungkin keunggulan dari biro kami yang tidak ada di biro lain pelayanan kami begitu Jadi begitu daftar langsung mendapatkan perlengkapan koper lengkap beserta isinya lengkap dari Jamaah tinggal berangkat karena perlengkapan yang sudah ada hanya menambahi perlengkapannya pribadi yang dibawa besarkan obat-obatan atau baju untuk ganti di sana atau perlengkapan yang dibutuhkan saja dan juga untuk uang sakunya Bisa tukar di Sindo untuk realnya (...) kalau sudah mendengar pesawatnya Saudi Airlines tidak Translate, terus hotelnya dekat dengan Masjidil Haram maupun Masjid Nabawi pasti langsung tertarik (...) Ya kita bersaing yaitu dengan memberikan



*fasilitas tadi keunggulan-keunggulan kami seperti pesawat kami tidak transit terus hotelnya itu dekat,(...) Selain itu adalah di umrohnya, di umrohnya itu kita bisa 3 kali jadi yang umroh pertama itu wajib untuk diri kita sendiri, yang kedua itu sama yang ketika bisa untuk membadal umrohkan kedua orang tua yang sudah meninggal jadi harus yang sudah meninggal, itulah keunggulan kami selain umroh untuk dirinya sendiri Kita juga bisa mengumrohkan kedua orang tua kita yang sudah meninggal ,atau Kakek kita yang sudah meninggal. Selain itu kita bisa langsung praktik mengambil mengambil batu kerikil di Muzdalifah, sama lempar jumroh Ula wustha dan aqabah di mina itulah kami juga terus manasiknya itu kita juga 3-4 kali, terus pemberangkatannya itu selalu didampingi oleh leader, leader atau pembimbing atau muthawif dari tanah air maupun di tanah suci untuk pemberangkatan dari Madiun ke Juanda sampai kepulangan itu selalu dikawal oleh Polantas. Selain itu fasilitas ada harga ada rupa jadi enak selain itu kita sudah menggunakan alat reserver alat bantu dengar, jadi walaupun jamaahnya ada yang tidak bisa membaca Arab atau tulisan itu enak kan sudah ada alat receiver jadi hanya tinggal mendengarkan jadi mendengarkan dan bisa menirukan karena tadi sudah di*



bimbing terus menggunakan alat receiver jadi mudah tinggal menirukan saja. Selain itu nanti mendapatkan perlengkapannya itu perlengkapan umroh nya lengkap jadi jamaah tinggal berangkat sama membawa perlengkapan pribadi selain yang diberikan oleh Sindo wisata Selain itu mendapat kan tadi air zam-zam per orangnya 5 liter jadi sudah lengkap untuk bertukar nya di grup kami sudah juga bisa untuk tukar Real Atau tukar Rupiah nya, jadi semuanya tidak Tukar ke kanan atau ke Biro mana tahu ke tempat penukaran real itu tidak usah, jadi langsung saja datang ke perusahaan kami atau kami langsung untuk real itu bisa terus selain itu kita juga bekerjasama dengan paket Telkomsel (...) kita juga sudah bekerja sama dengan Bank Mandiri Syariah nanti apa program kami tahun kedepannya itu apabila ada jamaah yang bermasalah dengan dana misalkan belum ada uang itu bisa datang ke Indonesia tahun mendaftarkan umroh terus nanti bilang mau pinjem uang berapa misalkan yang 30 juta ke Bank Mandiri Syariah yang bekerjasama dengan biro kami itu bisa jadi berangkat berangkat umroh tetap bisa dengan nanti didanai oleh Bank Mandiri Syariah yang bekerjasama dengan kami jadi nanti jamaah bisa menyicil atau melunasi biaya umroh nya itu setelah kepulangan dari tanah suci

*itu bisa jadi berangkat dulu umroh nyicil nya nanti waktu pulangnya Iya selesai umroh itu baru mencicil itu bisa.*  
(NR. 3, 6 Oktober 2019)

*(...) Jadi setiap umroh itu kan kompak gitu. Tiga bis.. harus siap dulu tiga bis baru berangkat. Nggak ada umroh sendiri-sendiri nggak ada. Towaf wada' kan bisa sendiri-sendirj.. kita nggak boleh.. harus kompak! Satu belum turun.. dicari.. kekamar.. karena kalau belum melaksanakan kan kenak dam. Tapi kalau biro lain nggk teliti mbak.. ati-ati loo kalau dia nggak towaf wada' yaudah.. terserah itu urusannya.. nggak boleh gitu kan jamaah nggak tahu.. kasian.. dia nggak sempurna.. bayar mahal-mahal.. kalau kita enggaak.. towaf wada' kan wajib.. nggak dikerjakan kan sayang kalau nggak bayar dam.. makanya kita kalau towaf wada' harus kompak.. harus turun.. turun semua.. kan pertama di cek.. udah turun apa belum? kenapa nggak turun? kalo pengen bayar dam ya bayar dam nggak masalah.. udah jelas gitu.. dia nggak punya beban.. yaa gituu kalau di Sindo.*

(NR. 5, 19 November 2019)

Narasumber 3 dan 5 menjelaskan beberapa keunggulan, keunikan, fasilitas, dan pelayanan yang ada di dalam program Umroh

Rasa Haji Sindo Wisata Madiun. Sebuah perusahaan dengan keunggulan kompetitif dapat menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi untuk pemangku kepentingan, pelanggan dan pemasok dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan berusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan melakukan inovasi di dalam proses, ciri produk, dan cara bertransaksi.



**TABEL PERBEDAAN  
HAJI, UMROH, DAN UMROH RASA HAJI**

<b>KET</b>	<b>HAJI</b>	<b>UMROH</b>	<b>UMROH RASA HAJI</b>
<b>W A K T U</b>	Pada bulan-bulan tertentu (Bulan Syawal hingga Dzulhijah)	Dilaksanakan kapan saja	Dilaksanakan kapan saja
<b>R U K U N</b>	Rukun Haji ada enam: 1. Niat melakukan haji dan berihrom 2. Wukuf di Arafah 3. Thawaf 4. Sa'i 5. Tahalul 6. Tertib	Rukun Umroh ada lima: 1. Niat melakukan umroh dengan berihrom 2. Thawaf 3. Sa'i 4. Tahalul 5. Tertib (Tidak ada wukuf di Arafah)	Rukun Umroh ada lima: 1. Niat melakukan umroh dengan berihrom 2. Thawaf 3. Sa'i 4. Tahalul 5. Tertib (Tidak ada wukuf di Arafah, tetapi jamaah 'Umroh Rasa Haji' mendapatkan materi keilmuan seputar doa-doa, sejarah tempat, dan amalan ibadah yang biasa dilakukan jamaah haji ketika wukuf di Arafah )
<b>W A J I B</b>	<b>Terdapat wajib haji</b> 1. Mabit di Mina 2. Melempar Jamarat Ula, Wusto, Aqabah	<b>Tidak terdapat wajib umroh</b> 1. Tidak mabit di Mina 2. Tidak Melempar Jamarat	<b>Tidak terdapat wajib umroh</b> 1. Terdapat praktik mengambil kerikil di Mina dan pemberian materi keilmuan seputar doa-doa, sejarah tempat, dan amalan ibadah yang biasa dilakukan jamaah haji ketika mabit di Mina 2. Terdapat praktik melempar jamarat (ula, wusto, aqabah) dan pemberian materi keilmuan seputar doa-doa, sejarah tempat, dan amalan ibadah yang biasa dilakukan jamaah haji ketika berada dilokasi jamarat.
<b>D U R A S I</b>	1. <b>Inti haji lima hari</b> , 9 – 13 Dzulhijah 2. Durasi total paket haji reguler (-+) 40 hari 3. Durasi total paket haji plus (-+) 28 hari	1. <b>Inti umroh satu hari</b> , sekali umroh 2. Durasi total paket umroh (-+) 9, 10, 13 hari	1. <b>Inti umroh satu hari</b> , sekali umroh 2. Durasi total paket umroh (-+) 9, 10, 13 hari

## **TEKNIS PELAKSANAAN UMROH RASA HAJI SINDO WISATA MADIUN**

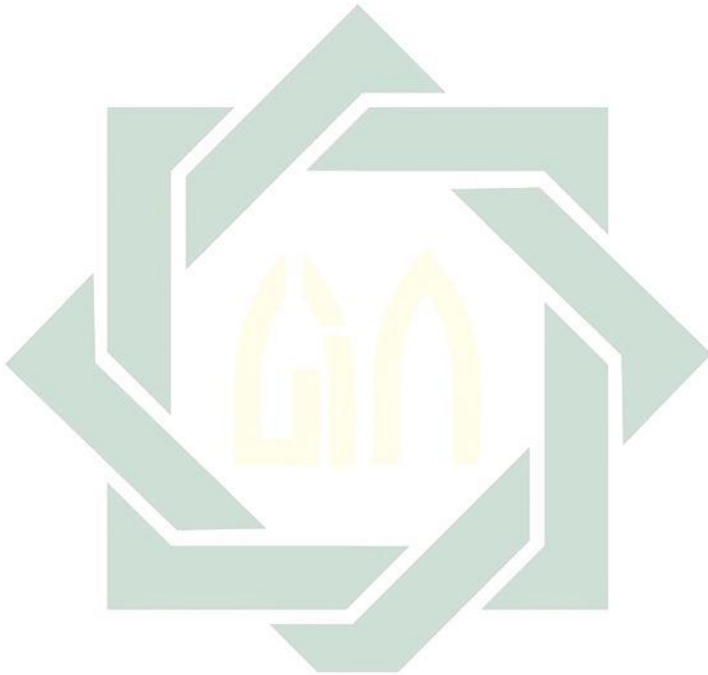
**Umroh Rasa Haji** merupakan istilah yang digunakan oleh Sindo Wisata Madiun dalam mempromosikan produk atau program umroh mereka. Disebut sebagai "Umroh Rasa Haji", karena dalam pelaksanaannya terdapat praktik manasik haji (dilokasi) pada umroh ini. Manasik haji tersebut bukan syarat ataupun rukun dari umroh, tetapi hanya sebagai ilmu pengetahuan tentang haji saja. Program ini dihadirkan agar jamaah umroh Sindo Wisata Madiun ini dapat merasakan langsung praktik haji dilokasi, dengan pertimbangan mengingat porsi tunggu haji semakin lama. Berikut ini prosesi "Umroh Rasa Haji" Sindo Wisata Madiun mulai dari pemberangkatan sampai kepulangan jamaah yang memiliki kemiripan dengan prosesi haji. *Pertama*, kumpul di Asrama Haji Kota Madiun sebelum keberangkatan. Sebelum keberangkatan menuju bandara, jamaah umroh Sindo Wisata Madiun melakukan do'a bersama, istighasah, dan shalawat bersama.

*Kedua*, naik bus rombongan satu kloter dikawal patwal polisi. Dalam perjalanan menuju bandara, jamaah umroh ini di kawal oleh patwal polisi sehingga terjamin keamanannya. *Ketiga*, naik pesawat bersama-sama seperti haji. jamaah umroh Sindo berangkat satu kloter, dalam kloter tersebut berisi ratusan jamaah. Mereka berangkat bersama-sama dalam pesawat yang sama yaitu Saud Airline (apabila tidak ada gangguan dari pesawat ini). Sindo Wisata Madiun memilih Saudi Airline karena pesawat ini tidak transit, sehingga langsung menuju Madinah. Dalam hal ini, jamaah umroh Sindo bisa menghemat waktu dan tenaga mereka untuk beribadah lainnya tanpa menghabiskan waktu diperjalanan yang disebabkan oleh transitnya pesawat.

*Keempat*, manasik haji langsung dilokasi yang sebenarnya, yaitu di Arafah, Ambil batu di Muzdalifah, lempar

jumroh di Mina. Umroh Sindo Wisata Madiun dilaksanakan sebanya tiga sampai empat kali umroh dalam satu paket program umroh sembilan ataupun sepuluh hari. Sedangkan untuk praktik manasik haji ini dilaksanakan setelah jamaah umroh menyelesaikan umroh pertama sebelum mengambil miqad di Ji'ronah. Dalam pelaksanaannya jamaah umroh diajak ke Arofah untuk mendapatkan materi keilmuan seputar doa-doa, sejarah tempat, dan amalan ibadah yang biasa dilakukan jamaah haji ketika wukuf di Arafah. Kemudian jamaah diajak ke Mas'aril Harom di Muzdalifah. Di Muzdalifah, jamaah mengambil kerikil-kerikil yang ada disana secukupnya, tidak perlu banyak karena hanya sebagai ilmu pengetahuan dan pengalaman saja. Pada saat itu jamaah umroh sudah memakai pakaian ihrom, tapi belum niat apa-apa, karena manasik haji ini mereka lakukan ketika dalam perjalanan ke tempat miqod Ji'ronah. Setelah jamaah selesai melakukan praktik mengambil batu kerikil, jamaah menuju ke Mina. Perjalanan menuju lokasi jamarot tidak mudah. Rute perjalanannya tidak mudah. Tidak semua orang Mekah mengetahui jalan menuju lokasi Jamarot tersebut. Supir bus yang ada di Makah juga tidak semuanya tahu lokasi masuk ke area jamarot, karena pada saat itu lokasi dipagar oleh besi kuat sehingga harus melewati jalan tikus atau jalan-jalan kecil untuk sampai pada lokasi Jamarot. Setelah sampai pada lokasi, jamaah diajak praktik melempar jumroh ula, wusto, aqobah. Jamaah Sindo juga diberitahukan bahwa lempar jamarot tersebut hanya sebagai pengetahuan saja. Dalam hal ini, muthawif menjelaskan kepada jamaah bahwa rukun haji itu sudah dapat separuh dan disitu ada nafar awal, nafar tsani, kemudian tahalul awal, serta tahalul tsani. Tahalul awal dilakukan di Mina. Setelah selesai pelemparan kerikil, jamaah masuk kedalam bis kemudian menuju Ji'ronah untuk mengambil miqod disana. Disana jamaah melakukan sholat sunnah ihrom di Ji'ronah, kemudian niat umroh disitu. Oleh karena hal-hal itulah umroh ini dinamakan Umroh Rasa Haji.

*Kelima*, kepulangan dengan patwal dari bandara Surabaya sampai arama haji Madiun. Semua prosesi umroh yang dilakukan oleh Sindo Wisata Madiun ini diliput oleh JTV Madiun dan ditayangkan setiap hari di pagi dan sore dalam program SSB.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan dan pemaparan analisis bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai strategi diferensiasi program “Umroh Rasa Haji” pada PT Sindo Wisata Madiun.

1. Strategi diferensiasi berdasarkan teori kotler berasal dari lima dimensi, yaitu: diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan, diferensiasi personal, dan diferensiasi saluran. Berdasarkan lima dimensi diferensiasi ini, yang unik atau berbeda dengan pesaing adalah produknya, yaitu “Umroh Rasa Haji”. Dalam rangkaian umroh ini terdapat praktik manasik haji dilokasi sebenarnya, sehingga umrohnya disebut “Umroh Rasa Haji”. Gambaran dari program ini, Jamaah umroh Sindo Wisata diberikan fasilitas dan pelayanan mirip seperti haji. *Pertama*, jamaah Sindo berkumpul di Asrama Haji Kota Madiun. *Kedua*, naik bus menuju Surabaya rombongan dikawal patwal polisi. *Ketiga*, naik pesawat bersama-sama seperti haji dalam satu kloter. *Keempat*, manasik haji langsung dilokasi sebenarnya yaitu, Arafah, praktik mencari kerikil di Muzdalifah, dan praktik melempar batu di Mina. *Kelima*, kepulangan jamaah dari bandara Juanda Surabaya menuju Madiun dikawal patwal polisi kembali. Sedangkan keempat dimensi lain, seperti dimensi pelayanan, dimensi saluran, dimensi



personal, dan dimensi citra yang terdapat di Sindo Wisata Madiun ini standart seperti umroh yang lain.

2. Menurut teori Porter (1985), untuk bisa mencapai keunggulan kompetitif perusahaan bisa menggunakan salah satu ataupun ketiga kombinasi strategi ini, yaitu: strategi kualitas harga rendah, strategi diferensiasi pelayanan, dan strategi fokus. Berdasarkan penelitian, Sindo Wisata Madiun hanya memilih strategi diferensiasi dari “Umroh Rasa Haji” untuk mendapatkan keunggulan bersaingnya. Dengan diferensiasi program yang berbeda ini, maka perusahaan Sindo mudah untuk melakukan pemasaran. Pemasaran yang digunakan oleh Sindo Madiun menitik beratkan pada pemasaran di televisi. Citra yang terbentuk dari televisi ini yaitu, Sindo Wisata Madiun menjadi travel umroh yang paling di rekomendasikan oleh JTV Madiun. Sedangkan menurut Lumpkin dan Dess keunggulan kompetitif berasal dari empat sumber daya, yaitu proses sumber daya yang digunakan untuk menurunkan struktur biaya perusahaan, sumber daya produk untuk meningkatkan kinerja perusahaan, sumber daya waktu untuk menghantarkan nilai sesuai waktu pasar, dan sumber daya inovasi untuk mempengaruhi teknologi. Tipe keunggulan kompetitif yang dihasilkan oleh “Umroh Rasa Haji” terdapat pada tipe kedua. Tipe kedua, sumber daya produk yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

“Umroh Rasa” Haji dalam pelaksanaan umrohnya terdapat praktik lempar jumroh (dilokasi jamaah haji melakukan manasik haji). Biro lain hanya sekedar mengunjungi lokasi untuk ditunjukkan lokasinya dan pemberian keilmuan haji saja, tanpa melakukan praktik manasik haji. Program inilah yang membawa Sindo Wisata Madiun mampu bersaing karena memiliki produk yang berbeda, yaitu “Umroh Rasa Haji”

## **B. Saran dan Rekomendasi**

Berkaitan dengan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang penulis sampaikan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Sindo Wisata Madiun

Strategi diferensiasi mampu membawa Sindo Wisata Madiun sebagai biro yang unik karena memiliki program “Umroh Rasa Haji” yang berbeda dengan biro umroh lainnya seperti yang telah disebutkan dalam pembahasan sebelumnya. Sindo Wisata Madiun perlu terus menonjolkan keunggulan yang menjadi ciri khas dan berbeda dari produk pesaing.

2. Bagi perusahaan lain

Dalam penggunaan strategi diferensiasi memerlukan biaya yang lebih tinggi karena produk yang dikeluarkan juga lebih eksklusif. Untuk itu, setiap perusahaan atau organisasi harus mampu meramalkan kecocokan situasi, kondisi, dan kebutuhan organisasinya sebelum menerapkan strategi ini.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Apabila terdapat penelitian selanjutnya dengan fokus yang sama diferensiasi “Umroh Rasa Haji” Sindo

Wisata Madiun, maka disarankan untuk menyempurnakan penelitian dengan melakukan observasi langsung di lokasi Manasik Haji di Tanah Suci. Hal ini dilakukan untuk menggali lebih dalam rangkaian perjalanan manasik haji yang terdapat dalam umrohnya Sindo Wisata Madiun ini, sehingga penelitian lebih sempurna.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Proses penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu penulis memiliki keterbatasan dalam proses observasi dan menganalisa permasalahan. Penulis belum pernah mengikuti umroh ataupun haji di Tanah Suci bersama PT. Sindo Wisata Madiun ataupun biro lainnya. Penulis hanya mengetahui informasi dari hasil wawancara dan melakukan observasi pada lokasi maupun kegiatan yang dapat dijangkau saja seperti, observasi ketika manasik. Observasi lain yang peneliti lakukan yaitu observasi di kantor Sindo Wisata Madiun dalam kurun waktu satu bulan, melakukan pengamatan, menggali informasi, dan sekaligus melakukan praktik sebagai staf administrasi di Sindo Wisata Madiun.

## BIODATA PENULIS

**NAMA** : Fatihatul Millah  
**TTL** : Ngawi, 5 September 1998  
**ALAMAT** : Ds. Semen, RT.003/RW.007,  
Kec. Paron, Kab. Ngawi  
**EMAIL** : fatihatulmillah05@gmail.com



### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK DHARMA WANITA 2005-2006
2. SDN SEMEN 3 PARON 2006-2010
3. MTsN 1 PARON 2010-2016
4. MAN 2 MADIUN 2013-2016

### RIWAYAT ORGANISASI

1. NASI BANTAL PRODUCTION
2. IQMA UINSA
3. UPTQ UINSA
4. PAGAR NUSA RAYON UINSA
5. KOMUNITAS SANG JUARA

## DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Zulfiah “Pengaruh Diferensiasi Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo”. Dosen FEB. Universitas Negeri Gorontalo.

Abdussamad, Zulfiah. “Pengaruh diferensiasi Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam di Gorontalo”.

Afiyati. Murni, Sri. Haryadi, Pramono. "Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis Umkm di Kabupaten Purbalingga". *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)* (Vol. 21, No. 3, 2019).

Departemen Agama Direktorat Jendral Penyelenggara Haji dan Umroh, *Hikmah Ibadah haji*. Jakarta. Mei: 2008.

Departemen Agama Direktorat Jendral Penyelenggara Haji dan Umroh. *Bimbingan Manasik Haji*. Jakarta. Mei: 2008.

Fikri, Sirhan. Wiyani, Wahyu. Suwandaru, Agung. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, ( Vol. 3 No.1, Januari: 2016).

Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*.  
(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2006).

Hakim, M. Arif dan Faizah, Nur. “Analisis Strategi Diferensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing (studi pada PT. Ar Tour and Travel)”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 5, No. 2). Kudus. Desember: 2017.

Hendriyansah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Salemba Humanika. 2011).

Ivancevich, John M. Kosopaske, Robert. dan Matteson, Michael T. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama. 2006.

Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Koyoh, Ribka Pricilya. Mandey, Silvya L., dan Rotinsulu, Jopie. "Pengaruh Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Di Bank Bri Kcp Unit Universitas Sam Ratulangi)". *Jurnal EMBA* (Vol. 6 No. 4, September: 2018).

Marfai, Muh Aris. Trihatmoko, Tiara. Rahantan, Rosdiana. Sarihati, Putri. Suriadi. *Kajian Daya Dukung dan Ekosistem Pulau Kecil*, (Jakarta, Gajah Mada University Press, 2018).

Merliana, Vina dan Kurniawan, Albert. “Pengaruh

Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid”, *Jurnal Manajemen* (Vol. 15, No. 2) Mei: 2016. Fakultas Ekonomi. STIE INABA Bandung. Universitas Kristen Maranatha.

Mu’ah, “Kualitas Layanan Rumah Sakit”. Zifata Publisher: Sidoarjo. 2014.

Muiz, Enong. "Penerapan Strategi Diferensiasi Memiliki Pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan". *JURNAL EKOBIS. Ekonomi Bisnis, & Manajemen* (Vol. 2, No. 5, Maret: 2018).

Paryanti, Ratna. “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)”. *JOM FISIP.* ( Vol. 2, No. 2, 2015). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau.

Pratama, Andre. Sepang, Jantje L. dan Tawas, Hendra N. "Analisis Perbandingan Diferensiasi Produk dan Citra Merek pada Pembeli Pakaian di Giordano dan Polo", (Studi Kasus Di Manado Town Square 1)". *Jurnal EMBA* (Vol. 6 No. 4, September: 2018).

Putri, Siska Lusiana dan Bupef, Febrizen. "Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kacamata pada CV. Optik Minang Padang". *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 20, No. 1, JANUARI: 2018).

Ratela, Gerry Doni dan Taroreh, Rita. “Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopu Coffe Island”. *Jurnal EMBA*( Volume 4, Nommor 1, Tahun 2016).

Sari, Maya 2016. “Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (Studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru)”. *JOM FISIP*. ( Vol. 3, No. 1). Riau.

Simamora, Fauziah Nur dan Situmeang, Eva Yanti. “Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada

Showroom Garuda Sibolga”, *Jurnal Imu Politik* (Volume 1 Nomor 1,2018).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*. ( Bandung : Al Fabeta, 2018).

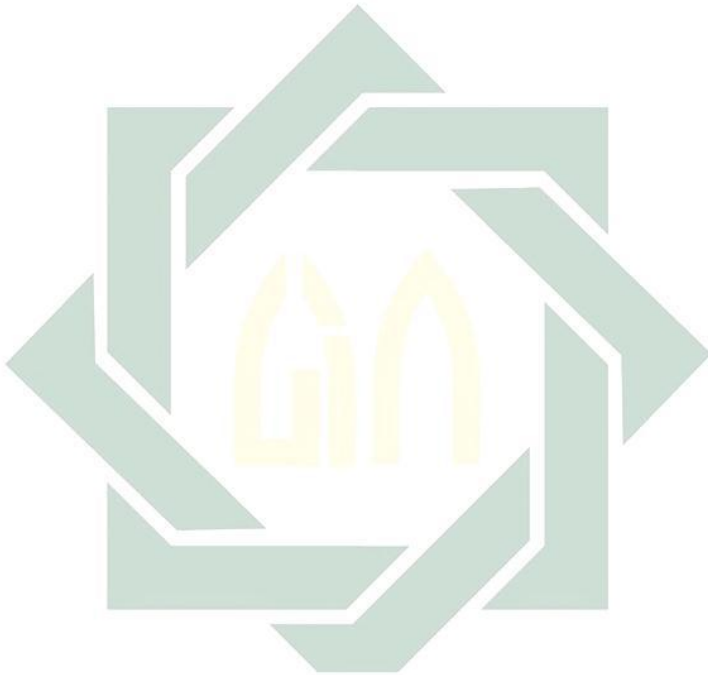
Sulaksono A. W. Handayani, Seto. Yosa dan Lestari, Ade Rika. “Strategi Bersaing Perusahaan dan Kinerja Perusahaan”. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. ( Vol. 02, No. 2, 2017).

Tanjung, Hendri dan Devi. Abrista. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gramata Publishing, 2013).

Wulan, Omega Frederik G., dan Soepeno, Djurwati. “Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merk Terhadap Keunggulan



Bersaing pada PT. Bank Central Asia, Tbk.  
Kantor Cabang Utama Manado”. *Jurnal Emba*  
(Vol. 5, No. 3, Manado, 2017).







## **PANDUAN WAWANCARA**

### **A. Tujuan:**

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan mengenai fokus penelitian **“Strategi Diferensiasi Program “Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun”** yang bersumber dari rumusan masalah di atas, yaitu:

1. Untuk menggambarkan program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun.
2. Untuk menggambarkan keunggulan kompetitif program Umroh Rasa Haji sebagai strategi diferensiasi di PT. Sindo Wisata Madiun.

### **B. Pertanyaan Panduan:**

1. Identitas Diri
  - a. Nama :
  - b. Jabatan:
  - c. Jenis Kelamin :
  - d. Usia :
  - e. Pekerjaan :
2. Pertanyaan Penelitian Kepada Pimpinan, karyawan, pembimbing atau mutawif, dan kru JTV.
  - a. Seperti apa program "Umroh Rasa Haji" Sindo Wisata Madiun?
  - b. Apa yang membedakan dengan umroh biasa?
  - c. Apakah anda pernah mendengar atau mengetahui program semacam itu di travel lain?
  - d. Menurut anda, apakah itu suatu program yang unik?
  - e. Menurut anda, apa yang istimewa dari program “Umroh Rasa Haji” Sindo Wisata Madiun?
  - f. Bagaimana fasilitas yang diberikan dalam program tersebut? transportasinya? hotelya ?

- g. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan?
- h. Harus bagaimanakah pembimbing memberikan bimbingan dan arahan kepada jamaah? apakah cepat tanggap? Komunikatif? Dan memiliki kemamuan yang matang?
- i. Apakah umroh disini termasuk mahal? Mengapa?
- j. Bagaimanakah strategi yang digunakan Sindo untuk dapat bersaing dengan pesaing?
- k. Apakah program “Umroh Rasa Haji” ini memiliki pengaruh yang signifikan? Mengapa?
- l. Apakah program tersebut meningkatkan kinerja perusahaan?
- m. Apakah program tersebut semakin menambah nilai perusahaan? Mengapa?
- n. Apa saja keistimewaan dalam program tersebut? apa yang membedakan dengan program dengan biro lain?
- o. Semakin eksklusif program dan pelayanan, harga yang diberikan juga semakin tinggi? Bagaimana mensiasatinya?
- p. Apakah konsumen tidak komplain dengan tingginya harga tersebut? bagaimana Sindo dapat meyakinkan konsumen?
- q. Apa tanggapan anda ketika melihat penawaran harga umroh yang lebih murah dari pesaing?
- r. Sebenarnya apa yang lebih dibutuhkan dan diharapkan oleh jamaah?



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8410298 Fax. 031-8413300 email : [fdk@uinsby.ac.id](mailto:fdk@uinsby.ac.id)

Nomor : B - 3989 /Un.07/05/D/TL.00/10/2019  
Lampiran : Satu Berkas  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Surabaya, 02 Oktober 2019

Kepada Yth,  
**Pimpinan PT. Sindo Wisata Madiun**  
Jl. Cokrobasonto No.39, Josenan, Kec. Taman.  
Di Madiun

***Assalamu'alaikum Wr. Wb.***

Dengan Hormat, diberitahukan bahwa mahasiswa :

Nama : **Fatihatul Millah**  
NIM : B94216046  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Semester : VII

Akan mengadakan penelitian dalam rangka Penyusunan Penelitian Skripsi:

Judul : Strategi Diferensiasi Program "Umroh Rasa Haji" di PT. Sindo Wisata Madiun  
Lokasi : PT. Sindo Wisata Haji Umroh Madiun  
Waktu : 02 Oktober 2019 - 01 Desember 2019

Sehubungan dengan hal di atas, kami mohon kepada Bapak / Ibu untuk memberikan izin dan membantu kelancaran proses penelitian tersebut. Bersama ini kami lampirkan proposal penelitian yang bersangkutan.

Demikian atas kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***



Dekan,

**Dr. H. Abdul Halim, M.Ag.**

NIP. 196307251991031003



**SINDO WISATA TRAVEL**  
BIRO PERJALANAN  
Umroh & Haji

O

KANTOR SEKRETARIAT CABANG MADIUN

JL. COKROBASANTO NO. 39 MADIUN HP. 08123404104 Telp. 0351- 452086 / 0351 - 4480554

---

**SURAT KETERANGAN**

NO. 67/SINDO WISATA/XII/2019

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT. Sindo Wisata Cabang Madiun, yang beralamat di JL.Cokrobasanto,  
No. 39 Madiun, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fatihatul Millah  
NIM : B94216046  
prodi : Manajemen Dakwah  
fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

telah melakukan kegiatan penelitian skripsi di PT. Sindo Wisata Cabang Madiun,  
pada bulan September – Desember 2019, dengan judul: **“Strategi Diferensiasi  
Program”Umroh Rasa Haji” Pada PT. Sindo Wisata Madiun”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan untuk  
dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Madiun, 26 Desember 2019  
**PT.SINDO WISATA TRAVEL CABANG MADIUN**  
  
SEKRETARIAT  
JL. COKROBASANTO NO. 39 MADIUN  
HP. 08123404104  
**H. ULUL AZMI**  
**PIMPINAN**





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. A. Yani 117 Surabaya, Kode Pos 60237, Telp. (031) 8437987  
Fax. (031) 8482245 e-mail: fdk@uinsby.ac.id

DOSE

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : FATIHATUL MILLAH NIM : B94216046  
Pembimbing : Airlangga Bramayudha, MM Program Studi : Manajemen Dakwah

NO.	TANGGAL	MATERI	TANDA TANGAN MAHASISWA
1.	20-9-2019	Konsultasi persiapan materi Semprom	✓
2.	1-10-2019	Evaluasi hasil semprom	✓
3.	8-10-2019	konsultasi Rumusan Masalah , kajian teori	✓
4.	9-10-2019	Perbaikan proposal	✓
5.	19-10-2019	Konsultasi jenis informan	✓
6.	15-11-2019	Penulisan skripsi	✓
7.	18-11-2019	Format skripsi baru	✓
8.	18-12-2019	Pemantauan hasil akhir	✓
9.	19-12-2019	pembahasan dan persiapan ujian skripsi	✓
10.			
11.			
12.			

Judul Skripsi:

STRATEGI DIFERENSIASI PROGRAM "UMROH RASA HAJI" PADA PESISIR WISATA MADULIN

Catatan:

Proses Pembimbingan Skripsi

sekurang-kurangnya 8 (delapan) kali konsultasi

Surabaya, 20 Desember 2019

Dosen Pembimbing

Airlangga Bramayudha, MM  
NIP. 19 7912142011011005